

Niko Sandbacka

Vaatesuunnittelukilpailut ja niiden vaikutus suunnittelijoiden urakehitykselle

Metropolia Ammattikorkeakoulu
Vaate- ja muotusuunnittelu
Muotoilun koulutusohjelma
Opinnäytetyö
30.1.2011

Tekijä(t) Otsikko	Niko Sandbacka Vaatesuunnittelukilpailut ja niiden vaikutus suunnittelijoiden urakehitykselle
Sivumäärä Aika	57 sivua + 16 liitettä 30.1.2011
Tutkinto	Artenomi
Koulutusohjelma	Muotoilun koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Vaatetussuunnittelu
Ohjaaja(t)	Ensimmäinen ohjaaja Raisa Varsta Toinen ohjaaja Leena Juntunen
<p>Tämän työn tarkoituksena oli tutkia vaatesuunnittelukilpailuja ja sitä, millä tavoin ne vaikuttavat suunnittelijoiden uraan. Aihe perustuu kirjoittajan omaan kokemukseen vaatesuunnittelukilpailuista. Aikaisempaa tietoa aiheesta vaikutti olevan vähän, joten tutkimukselle oli selkeä tarve. Tutkimuksen tavoitteena oli kerätä tietoa suunnittelijoille, opiskelijoille ja opettajille.</p> <p>Tutkimusmenetelmät olivat pääasiassa kvalitatiivisia sekä empiirisiä. E-kyselylomakkeet lähetettiin vaatesuunnittelijoille, koulujen edustajille, vaatetusalan ammattilaisille ja median edustajille. Valitut suunnittelijat olivat voittaneet vähintään yhden kilpailun. Koulujen edustajat olivat vaatetussuunnittelun opettajia tai -osaston johtajia. Median edustajat valittiin suurista vaikutusvaltaisista muotilehdistä ja erilaisista PR-yrityksistä. Vaatetusalan ammattilaiset olivat tunnustettuja freelancereita tai he työskentelivät keskisuurissa tai suurissa yrityksissä. Empiirinen tutkimus perustui kirjoittajan omiin kokemuksiin, joka tarjosi käytännöllisiä ja suuntaa antavia tuloksia. Lisätutkimukset ovat tarpeen, jotta aiheeseen saataisiin tarkempia päätelmiä.</p> <p>E-kyselylomakkeiden tulokset paljastivat, että suunnittelukilpailuihin osallistuminen on hyödyllistä. Suunnittelijat saivat kokemuksia, työtilaisuuksia ja uusia kontakteja, jotka ovat tärkeitä vaatetusosalalla. Tulokset paljastivat myös, että kilpailut eivät ole helppoja kanavia menestyneeseen uraan tai tähteyteen. Suunnittelijoiden täytyi työskennellä ahkerasti kilpailun voittamisen jälkeen. Monet vastaajat mainitsivat, että suunnittelijat eivät osaa edustaa itseään mediassa. Tutkimuksessa paljastui myös ristiriitaisia näkökulmia koulujen ja suunnittelijoiden kesken siitä, millaista tukea opiskelijoiden tulisi saada kouluista ja opettajilta.</p> <p>Kirjoittaja suosittelee, että koulut tarjoaisivat suunnittelun opiskelijoille mediakasvatus -kursseja siitä, miten toimia ja edustaa itseään sekä mallistoaan mediassa. Tämä voisi ratkaista joitakin niistä ongelmista, joita suunnittelijat ovat kohdanneet. Lisäksi kirjoittaja suosittelee tiiviimpää yhteistyötä koulujen ja opiskelijoiden kesken. Vaatesuunnittelukilpailut tarjoavat erinomaisia tilaisuuksia suunnittelijoille esitellä omia mallistojaan. Suunnittelijoiden tulisi kuitenkin muistaa, että kilpailut eivät ole automaattisia menestyskoneita ja suunnittelijoiden tulisi valmistautua kunnolla, ennen kilpailuihin osallistumista.</p>	
Avainsanat	vaate, suunnittelu, suunnittelija, kilpailu, ura, muoti

Author(s) Title	Niko Sandbacka Fashion Design contests and their influence on a designer's career
Number of Pages Date	57 pages + 16 appendices 30 January 2011
Degree	Bachelor's Thesis
Degree Programme	Design
Specialisation option	Fashion Design
Instructor(s)	Raisa Varsta, Project Manager Leena Juntunen, Principal Lecturer
<p>The purposes of this study were to research fashion design contests and identify the way they affect a designer's career. The subject was based on the Author's own experience of fashion design contests. Literature of this subject seemed to be scarce; so there was a significant need to find more information to designers and students, as well as to educators.</p> <p>The research method applied was mainly qualitative and empiric. E-Questionnaires were sent to fashion designers, school representatives and professionals in the media and in the field of fashion. The selected designers had won at least one contest. School representatives were lecturers or heads of departments in the field of fashion design. Professionals from the media were selected from large and influential fashion magazines as well as from different PR-companies. Professionals in the field of design were working in medium or large sized companies or as recognized freelancers. Empiric research was based on the Author's own experiences, the analysis of which provides practical and directional results. Further research is needed to give a more precise conclusion on the subject.</p> <p>The results of the E-Questionnaires revealed that participating in design contests is beneficial. Designers gain experiences, receive work opportunities and new contacts that are important in the field of fashion design. The results also revealed that contests are not a fast ticket to successful career or stardom. Designers have to work hard for their success after winning a contest. Many respondents indicated that designers don't know how to present themselves in the media. There were also some contradictory viewpoints between schools and designers on what kind of support the student should receive from school and educators.</p> <p>The Author recommends that schools give lessons for design students on how to act or present themselves and their collection in the media. This would solve some of the problems the designers have encountered. Further cooperation with educational institutions and students is also recommended. Fashion contests give an excellent opportunity to designers to showcase their collections to a wider audience. However, designers should notice that contests are not automatic fame machines and they should therefore prepare themselves well before participating in them.</p>	
Keywords	fashion, design, designer, contest, competition, career

Sisällys

1	Johdanto	3
2	Miksi kilpailuja tarvitaan?	4
2.1	Lähtötilanne	4
2.2	Mitä hyötyä kilpailuista on?	4
2.3	Julkisuus ja media sekä sen hyödyntäminen	5
2.4	Rahoitus	6
2.5	Aikataulutus	7
2.6	Tekijäoikeudelliset asiat	7
2.7	Kilpailujen erot	8
3	Vaatetus suunnittelukilpailut	10
3.1	Kotimaiset kilpailut	10
3.1.1	Vuoden Nuori Suunnittelija	10
3.1.2	NRJ Fashion Awards	10
3.1.3	Vuoden kenkä-/laukkusuunnittelija	11
3.1.4	Lindström Award	12
3.1.5	S-Style	13
3.1.6	Suomen muodin huipulle	13
3.1.7	Turkiskaupan Liitto ry:n nuorten suunnittelijoiden REMIX -kilpailu	14
3.2	Kansainväliset kilpailut	15
3.2.1	Hempel Award the China International Young Designers Contest	15
3.2.2	Mittelmoda The Fashion Award	16
3.2.3	The New Designer Fashion Grand Prix	17
3.2.4	ITS#FASHION, International Talent Support	18
3.2.5	Triumph Inspiration Award	18
3.2.6	Vancouver Fashion Week Contest, International Designers Competition	19
3.2.7	Fashioning the Future	20
3.2.8	The Designer's Nest competition	21
3.2.9	The REMIX Competition	21
3.3	Menestyneimmät koulut	22
4	Tunnustukset	24
4.1	Vuoden nuori muotoilija	24
4.2	Kultainen Vaatepuu	25
5	Oma kokemus	26
5.1	Vuoden Kenkäsuunnittelija 2008	26
5.2	Hempel Award the China International Young Designers Contest	27
5.3	Vuoden Laukkusuunnittelija 2009	29
6	Kyselyt	30
6.1	Tulokset	30
6.2	Suunnittelijat	31
6.2.1	Suunnittelijoiden taustat	31
6.2.2	Tiedon kulku	32
6.2.3	Kilpailun taustojen selvittäminen	33

6.2.4	Kustannukset	33
6.2.5	Ajan käyttäminen	34
6.2.6	Konkreettiset hyödyt	34
6.2.7	Motiivit	35
6.3	Vaatetusalan ammattilaiset	36
6.3.1	Taustatiedot	36
6.3.2	Julkisuus	36
6.3.3	Näkyvyys ja vaikutukset urakehitykselle	37
6.3.4	Kilpailijat ja kilpailut	38
6.3.5	Haitat ja hyödyt	39
6.4	Median edustajat	40
6.4.1	Taustatietoa	40
6.4.2	Julkisuus	40
6.4.3	Mieleenpainuvimmat kilpailijat	41
6.4.4	Kilpailut	41
6.4.5	Vaikutukset uraan	42
6.5	Koulut	42
6.5.1	Taustatietoa	42
6.5.2	Koulujen tuki	43
6.5.3	Koulujen menestys kilpailuissa	43
6.5.4	Kilpailuista hyötyminen	44
6.5.5	Koulujen tavoitteet	45
7	Päätelmät	46
7.1	Pohdinta	46
7.2	Johtopäätökset kilpailuista	46
7.3	Suosituksat kouluille	47
7.4	Suosituksat suunnittelijoille	48
7.5	Suosituksat ammattilaisille	49
7.6	Loppusanat	50
	Lähteet	51
	Liitteet	
	Liite 1. Kilpailujen voittajat	
	Liite 2. Kyselylomakkeen saateteksti	
	Liite 3. Hempel Award -kilpailun tiedotuslomake	
	Liite 4. Hempel Award -kilpailun osallistumiskaavake vuodelta 2009	
	Liite 5. E-kyselylomake suunnittelijoille	

1 Johdanto

Tutkielmani aihe on vaatesuunnittelukilpailut ja niiden vaikutukset suunnittelijoiden urakehitykselle. Aiheeni valinta perustuu omaan kokemukseeni suunnittelukilpailuista. Olen osallistunut Hempel Award -kilpailuun vuonna 2009, Vuoden laukkusuunnittelija 2009 -kilpailuun sekä Vuoden kenkäsuunnittelija 2008 -kilpailuun. Halusin laajentaa näkökulmaani suunnittelukilpailujen merkityksestä sekä vaikutuksesta suunnittelijoiden työllistymiseen. Minua kiinnostaa, miten muut suunnittelijat toimivat osallistuessaan kilpailuihin. Haluan myös tietää, miten he ovat kokeneet menestymisen tai julkisuuden sekä, millä tavoin he ovat hyödyntäneet julkisuutta omalla urapolullaan.

Tutkielman tavoitteena on saada tietää, miksi suunnittelijat osallistuvat kilpailuihin sekä kuinka paljon kilpailut vaikuttavat heidän työllistymiseensä. Tutkimuksessa tuon esille miten kilpailijat valmistautuvat, miten he hyödyntävät mahdollista julkisuutta ja miten he rahoittavat nämä mallistot. Nämä asiat olen yrittänyt ratkaista kyselyllä. Kyselyn olen lähettänyt valikoiduille henkilöille, jotka koostuivat vaatesuunnittelijoista, median edustajista, vaatetusalan ammattilaisista ja koulujen edustajista.

Tutkielman alussa kerron käytännön asioista, joita tulisi ottaa huomioon ennen kilpailuihin osallistumista. Kerron tärkeimmistä kotimaisista ja kansainvälisistä kilpailuista sekä vaatetusalan tunnustuksista. Tämän jälkeen tuon esille oman kokemukseni suunnittelukilpailuista. Työn lopussa tuon esille kyselyjen tulokset sekä niissä ilmenneiden ongelmien ratkaisuja.

2 Miksi kilpailuja tarvitaan?

2.1 Lähtötilanne

Suomessa on seitsemän ammattikorkeakoulua ja yksi yliopisto, joista valmistuu vuosittain uusia vaatetussuunnittelijoita. Vaatetusalamme ei kuitenkaan välttämättä pysty tarjoamaan kaikille halukkaille työpaikkaa. Tällainen tilanne johtaa työpaikoista kilpailumiseen, jonka vuoksi suunnittelijoiden olisikin hyvä erottautua toisistaan. (Studentum 2010; Opetushallitus 2010.)

Vaihtoehtoina työllistymiselle saattavat olla freelancerin työt, oman yrityksen perustaminen tai uudelleen kouluttautuminen. Oman yrityksen perustaminen on yleistynyt, mutta se on erittäin riskialtista. Oman yrityksen perustamisen jälkeen suunnittelijan on erotuttava kilpailijoista, jotta yrityksen tulevaisuus olisi vankemmalla pohjalla.

Suunnittelijan yhtenä mahdollisuutena erottautumiseen muista suunnittelijoista ovat vaatetusalan kilpailut. Kilpailuissa menestyneet suunnittelijat saavat yleensä paljon julkisuutta sekä medianäkyvyyttä. Näin ollen kilpailut mahdollistavat suunnittelijoiden tunnettuuden lisääntymisen kuluttajien keskuudessa. Erottumiseen tarvitaan toki muutakin, sillä pelkkä kilpailuissa menestyminen ei ole tae menestymiseen työelämässä. Kilpailut voivat kuitenkin antaa hyvän pohjan työskentelyyn uraansa aloittelevalla suunnittelijalla tai jo ammatissa työskentelevälle.

2.2 Mitä hyötyä kilpailuista on?

Kilpailuista voi saada uusia kontakteja ja työtilaisuuksia, joista voi olla hyötyä tulevaisuudessa. Kilpailuista on mahdollista saada palkintoja, jotka saattavat olla tuhansia euroja. Toisaalta suunnittelijat kuluttavat mallistojen tekemiseen omaa rahaa, joten palkinnot voivat kattaa pelkästään osallistumisesta koituvat kulut. Kilpailuihin osallistunut voi myös ilmoittaa kilpailukokemuksensa ansioluettelossa.

Julkisuutta tai medianäkyvyyttä tärkeämpää saattaa kuitenkin olla uusien kokemusten saaminen, varsinkin jos suunnittelija on päässyt kansainvälisiin kilpailuihin. Matkustaminen avartaa maailmankuvaa sekä innostaa ja parantaa luovuutta. Ennen näkemät-

tömät maisemat ja arkkitehtuuri sekä uusien ihmisten tapaaminen ovat aina virkistäviä kokemuksia. Myös kilpailutilanteessa erilaisten toimintatapojen seuraaminen voi osoittautua erittäin hyödylliseksi.

Kilpailuihin valmistetuista mallistoista saa myös kiinnostavaa visuaalista materiaalia ammatillisen portfolioon. Yleensä tällaiset mallistot ovat huomattavasti rohkeampia suunnittelultaan kuin perinteiset kaupalliset mallistot. Suunnittelijat saavat erinomaisen mahdollisuuden luoda jotain erilaista ja kokeilevaa. He saavat mahdollisuuden kokeilla omia rajojaan suunnittelussa sekä valmistuksessa. Näissä mallistoissa voi kokeilla uusia lähestymistapoja materiaaleihin sekä innovatiivisia rakenneratkaisuja ja leikkauksia. Tällaisia tilaisuuksia tulee suunnittelijalle harvoin eteen kaupallista mallistoa suunniteltaessa. Tässä mielessä kilpailumallistojen rakentamisesta voi olla hyötyä myös oman luovuuden ylläpitämisessä.

2.3 Julkisuus ja media sekä sen hyödyntäminen

Kilpailuihin osallistuva suunnittelija, varsinkin voittaja, tulee hyvin todennäköisesti törmäämään jollakin tavalla julkisuuteen. Tiettyjä kilpailuja seurataan mediassa ja julkisuudessa muita enemmän. Hyvinä esimerkkeinä hyvin suuren medianäkyvyyden saajina ovat Suomen muodin huipulle -ohjelma, NRJ Fashion Awards sekä Vuoden Nuori Suunnittelija -kilpailut. Toisaalta Suomesta löytyy myös sellaisia kilpailuja, jotka eivät paistattele julkisuuden valokeilassa. Tällaisia ovat muun muassa Lindström Award sekä muut pienemmän profiilin kilpailut, kuten The K.E.N.K.Ä sekä Fashion Insight Competition. (SBS Broadcasting Network Limited 2010a; SBS Broadcasting Network Limited 2010b; Mondelin Oy 2010b.)

Kilpailuihin osallistumisen yleisin syy lienee medianäkyvyyden saaminen. Näkyvyyttä saanut suunnittelija pystyy kilpailujen avulla markkinoimaan itseään ja mallistoaan suhteellisen edullisesti. Suunnittelijalle koituvat kustannukset liittyvät yleensä malliston valmistamiseen sekä matkustamiseen kilpailupaikalle. Nämä kustannukset eivät yleensä ole suuria, jos vertaamme kustannuksia markkinointiin lehdissä. Esimerkiksi Trendi -lehden puolen sivun mainos maksaa 3980 euroa, Elle -lehdessä saman kokonainen mainos maksaa 5200 euroa ja Olivia -lehdessä 3500 euroa. (Aller Media Oy 2010; Bonnier Publications Oy 2010; Forma Publishing Group Oy 2010.)

Kaikki julkisuus ei ole kuitenkaan välttämättä hyvä asia. Kilpailut ovat profiloituneet eri tavoin ja tällä voi olla vaikutusta julkisuuden laatuun. Suunnittelijan olisi hyvä olla perillä näistä asioista, sillä mediapyörytykseen joutuminen vaatii paljon henkilökohtaisia resursseja. Hankitulla julkisuudella on myös tapana seurata perässä, joten on hyvä muistaa, miten edustaa itseään.

”Suomessa on paljon ihmisiä, jotka eivät ole pitäneet itsestään kovasti mitään melua, mä sanonki et he eivät tarvitse niin sanottua naistenlehtijulkisuutta. He eivät lähettele korttejaan, että olen nyt tehnyt sitä ja tätä.” Suunnittelija mediapersoona Jaakko Selin, Radiokanava Voicen haastattelu 1.10.2009. (Kiiski, Petra 1.10.2009.)

Suunnittelijan kannattaa välttää negatiivista leimautumista, sillä se voi vaikuttaa työn saamiseen. Vaatetusala voi olla hyvin mediakeskeinen, varsinkin kun tarkastelemme vaatetusalan kilpailuja. Tämä oli yksi syy, jonka vuoksi pidin tärkeänä asiana kysyä aiheesta myös kyselyssäni. Kerron tuloksista enemmän myöhemmissä kappaleissa.

2.4 Rahoitus

Yleensä kilpailuihin osallistutaan suurehkolla mallistolla, johon voi kuulua noin 4-10 asukokonaisuutta (esimerkiksi Hempel Award, neljä asukokonaisuutta). Toisaalta joissakin kilpailuissa, kuten REMIX -kilpailuissa pyydetään suunnittelemaan ja valmistamaan vain yksi asukokonaisuus. Joissakin kilpailuissa taas asukokonaisuuksia voi olla reilusti yli kymmenen, esimerkiksi Mittelmoda Award. Suunnittelija kustantaa itse kaikki materiaalikulut, joita mallistosta syntyy.

Kilpailujen kustannukset vaihtelevat sadoista euroista tuhansiin euroihin, joten rahallinen panostus on osallistujalle aina mittava. Kansainvälisiin kilpailuihin osallistuja kustantaa yleensä omat matkustus-, majoitus- ja ruokakulut. Yleensä nämä mainitaan hyvin selkeästi kilpailuinformaatiossa. Jotkin kilpailut kuten, Hempel Award, kustantaa kilpailijoiden majoituksen sekä ruokailun kohdemaassa, mutta eivät lentolippuja.

Jotkin koulut voivat myös osallistua kilpailukulujen kattamiseen. Esimerkiksi Metropolia Ammattikorkeakoulussa on katettu kohtuulliset matkustuskustannukset myös kansainvälisiin kilpailuihin sekä kohtuulliset materiaalikustannukset malliston tekemistä varten. Tällaiset rahoitusmahdollisuudet kannattaa selvittää tai neuvotella omasta oppilaitoksesta.

Joskus vaatetusalan yritykset voivat myös sponsoroida kilpailijaa. Tällainen sponsorointi on yleensä mahdollista esimerkiksi materiaalien toimittajien kanssa. Sponsorointi voi tarkoittaa tietyn materiaalin lahjoittamista tai hinnan alennusta. Myös nämä kannattaa selvittää ennen materiaalien tilaamista.

Rahoitus on kaiken kaikkiaan erittäin tärkeä ja huomion arvoinen asia silloin, kun suunnittelija harkitsee osallistuvansa kilpailuihin. Ilman tarvittavaa pääomaa kokoelman luominen ja kilpailuihin matkustaminen voi olla erittäin haastavaa ellei mahdotonta. Tämän vuoksi olen kysynyt suunnittelijoilta, miten he ovat rahoittaneet mallistonsa ja kuinka paljon kustannuksia mallistojen kokoaminen on aiheuttanut. Tästä aiheesta kerroon lisää kyselyjen tuloksissa.

2.5 Aikataulutus

Kilpailumalliston suunnittelu ja valmistus voivat viedä paljon aikaa. Jos suunnittelija opiskelee, kannattaa se huomioida aikataulussa. Jotkin oppilaitokset voivat hyväksilukea kilpailuihin osallistumisen opintosuorituksena. Tämä kannattaa kuitenkin selvittää etukäteen omasta oppilaitoksesta. Lisäksi kannattaa varautua odottamattomiin yllätyksiin. Tällaisia voivat olla esimerkiksi kangastoimitusten myöhästyminen, joka voi vaikuttaa malliston valmistumiseen.

2.6 Tekijäoikeudelliset asiat

Ennen kilpailuihin osallistumista kannattaa huomioida ja selvittää kilpailuun lähetettävien suunnitelmien ja asukokonaisuuksien tekijänoikeusasiat. Esimerkiksi Hempel Award -kilpailu varaa oikeuden lunastaa voittajan kilpailutyöt itselleen. Tällöin suunnittelija luovuttaa kilpailuorganisaatiolle oikeudet käyttää mallistoa esimerkiksi kilpailun mainostamisessa tai muussa pr-työssä. Tämä vaikuttaa myös siihen, että kilpailutoiden luovuttamisen jälkeen suunnittelijalla ei ole itsellään malliston tuotteita lehdistökuvauksia varten. Tästä syystä kilpailutoista kannattaa ottaa laadukkaat kuvat omaan portfolioon ennen kilpailuun lähtemistä. Lisää tietoa tekijänoikeuksista saa esimerkiksi Teollisuustaideteiden Liitto Ornamosta, joka edustaa muotoilua ja taideteollisia aloja. (Finlex 2010a; Teollisuustaideteiden Liitto Ornamo ry 2010.)

Tekijänoikeuksien lisäksi suunnittelijaa koskevat verotusasiat. Kilpailujen voittaja tai voittajat saavat yleensä rahallisen palkinnon, joka tulisi ilmoittaa verottajalle ansiotulona. Vain muutamilla suomalaisilla taidealan kilpailujen palkinnoilla on verovapaus. Jokainen voi tietenkin omalla kohdallaan miettiä, onko palkinnon ilmoittaminen verovirastoon tarpeen vai ei. Kilpailuista saatavat palkinnot kattavat yleensä vain niistä koituvat kulut, jolloin suunnittelijalle varsinaista tuloa ei yleensä jää. Lisätietoa verotusasioista saa Verohallinnosta. (Finlex 2010b; Verohallinto 2011a; Verohallinto 2011b.)

2.7 Kilpailujen erot

Vaatesuunnittelukilpailut voidaan jakaa Suomessa kolmeen kategoriaan. Ensimmäisessä ovat pääasiallisesti viihteen tarkoituksessa järjestetyt kilpailut kuten, muodin huipulle ja Seppälän ja Sub Tv:n yhteistyössä järjestämä S-Style. Viihdeohjelmien pääasiallisena tarkoituksena on kuitenkin katsojia houkuttelevan viihteen tekeminen, eikä uusien vaatetusalan ammattilaisten esille tuominen.

Toisessa kategoriassa ovat kilpailut, joiden sponsorina tai järjestäjänä toimii yksi tai useampi kaupallinen yritys. Näiden tavoitteena on selkeästi yhteistyöyrityksen imagon parantaminen sekä yrityksen tunnettuuden lisääminen. Tällaisia ovat esimerkiksi NRJ Fashion Awards, S-Style ja Hempel Award. Näiden kilpailujen ominaispiirteenä on yrityksen nimen esiintyminen kilpailun nimessä ja markkinoinnissa.

Kolmantena kategoriana ovat kilpailut, joille on ominaista epäkaupallisten yritysten ja järjestöjen kilpailuyhteistyö. Näiden pääasiallisena tarkoituksena ei yleensä ole toimia kaupallisen toimintamallin mukaan. Tällaisia ovat esimerkiksi Vancouver Fashion Week ja Helsingin Messut. Tämä ei kuitenkaan sulje pois, etteikö positiivista julkisuutta tavoitella järjestäjälle. Saatua julkisuutta voidaan hyvinkin hyödyntää kaupallisessa tarkoituksessa.

Suunnittelukilpailuun osallistuva suunnittelija ei ole suoranaisesti sidoksissa järjestäjäorganisaation imagoon. Osallistuminen voi kuitenkin vaikuttaa oman imagon rakentamiseen kilpailujen tuoman julkisuuden takia. Yhtenä esimerkkinä tästä on Suomen Turkiskaupan liiton järjestämä kilpailu, jonka kilpailutyöt liittyvät turkiksiin. Turkikset voivat herättää joillakin henkilöillä suuria tunteita, jotka voivat ovat negatiivisia. Toisaalta tie-

tyillä kilpailuilla, kuten Mittelmoda -kilpailulla, on osallistujan kannalta erittäin suuri imagollinen merkitys. Mittelmoda on yksi vanhimmista ja arvostetuimmista vaate-tusalan kilpailuista, jonka kilpailijoiden taso on erittäin korkea.

3 Vaatetus suunnittelukilpailut

3.1 Kotimaiset kilpailut

3.1.1 Vuoden Nuori Suunnittelija

Vuoden Nuori Suunnittelija -kilpailu on Suomen Messujen ideoima ja Suomen Messusäätiön rahoittama kilpailu suomalaisille vaatetus suunnittelun opiskelijoille. Kilpailu järjestettiin ensimmäisen kerran vuonna 1994. Vuonna 2010 se järjestettiin jo 16. kerran ja se on siten yksi vanhimmista alan kilpailuista maassamme. Kilpailun tavoitteena on löytää uusia ideoita ja mielenkiintoisia ratkaisuja vaatesuunnitteluun sekä kannustaa nuoria suunnittelijoita ja suomalaista vaatetusteollisuutta. (Suomen Messut 29.9.2010.)

Muodin ja muotoilun maailmaa seuraavat tuntevat Vuoden Nuori Suunnittelija -kilpailun hyvin. "Voittajista ei tule tähdenlentoja, vaan titteli antaa vauhtia alkavaan uraan ja vahvistaa nuoren suunnittelija luomaa brändiä. Voitto voi myös työllistää, ja se on uskottava meriitti sekä koti- että ulkomaisessakin muotibisneksessä", näin kilpailua kuvaili raadin puheenjohtaja Jaakko Selin. (Suomen Messut 29.9.2010.)

Vuoden Nuoren Suunnittelijan töitä esitellään Muotimessujen muotinäytöksissä. Lisäksi hän saa messuilta oman osaston sekä messusäätiöltä 5 000 euron kannustuspalkinnon. Kilpailun raadissa ovat toimineet muun muassa suunnittelija Jaakko Selin, muotitaiteilija Ritva Falla, vaatesuunnittelija Hammi Miettinen, muotitoimittaja ja stylisti Nina Nuorivaara, vaatesuunnittelija Mari Talka, vaatesuunnittelija Paola Suhonen sekä Suomen Messujen edustajat. (Suomen Messut 29.9.2010; Suomen Messut 2010a.)

3.1.2 NRJ Fashion Awards

Kilpailu on NRJ -radiokanavan järjestämä vaatesuunnittelukilpailu, joka on järjestetty vuodesta 2004 asti. Tapahtuman pääyhteistyökumppaneina ovat toimineet Peugeot ja Ikea, joiden lisäksi tapahtumalla on ollut joka vuosi kymmeniä muita yhteistyökumppaneita, kuten Vila Clothes, Ruukki, Babyliiss Paris ja Lorella. NRJ Fashion Awards on järjestetty vuosina 2004-2009 Kaapelitehtaalla ja se oli vuoteen 2008 asti pelkästään kutsuvierastapahtuma. Vuonna 2009 tilaisuuteen alettiin myydä lippuja. Vuonna 2010 NRJ

Fashion Awards järjestettiin ensimmäistä kertaa Finlandia-talolla. Vuonna 2009 tilaisuuteen kutsuttiin 1500 muoti- ja designalan vaikuttajaa, median ja yhteistyökumppaneiden edustajia sekä muodin alan kannalta merkittäviä julkisuuden henkilöitä. (Radio NRJ Finland 2010; Radio NRJ Finland 2009; Radio Media 2.11.2007; Otava Media; Ellit 23.11.2009.)

Pääpalkinnon suuruus on 3000 euroa, toiselle sijalle päässyt saa 2000 euroa ja kolmannelle sijalle päässyt 1000 euroa. Näiden lisäksi kilpailussa jaetaan Peugeot Special Award, joka on 1500 euron suuruinen sekä 500 euron palkinto NRJ:n kuuntelijääänestysten voittajalle. (Radio NRJ Finland 2010.)

Tuomareina ovat toimineet muun muassa vaatesuunnittelija Janne Renvall, stylisti Anna Komonen, vaatesuunnittelija Ilona Hyötyläinen, vaatesuunnittelija Heljä Tenhiälä, valokuvaaja Pekka Mustonen, valokuvaaja Jere Hietala, Peugeotin edustaja sekä edellisten vuoden voittajia. (Radio NRJ Finland 2010.)

3.1.3 Vuoden kenkä-/laukkusuunnittelija

Kilpailun järjestäjänä toimivat Helsingin Messut Oy. Kilpailu on jatkuva ja siinä palkitaan vuorovuosin kenkäsuunnittelija ja laukkusuunnittelija. Kilpailu järjestettiin ensimmäisen kerran vuonna 2008, jolloin palkittiin Vuoden nuori kenkäsuunnittelija. Kilpailun tavoite on löytää uusia ideoita ja mielenkiintoisia ratkaisuja kenkä- ja laukkusuunnitteluun, kannustaa suunnittelijoita ja tukea suomalaista kenkä- ja nahkateollisuuden kehitystä. Kilpailun voittajat työ esitellään Kenkä- ja laukkumessuilla, joka on suunnattu alan ammattilaisille. Messut tarjoavat kenkäteollisuuden edustajille, agenteille ja maahantuojille mahdollisuuden kohdata kauppiaat, sisäänostajat ja myyjät. (Helsingin Messut Oy Wanha Satama 11.3.2009; Helsingin Messut Oy Wanha Satama 2009.)

Voittajalle tai voittajaryhmä saa 5 000 euron palkinnon, sen lisäksi voittaja saa käyttöönsä messuosaston Kenkä- ja laukkumessuilla, jossa voittanut ehdotus myös esitellään. (Helsingin Messut Oy Wanha Satama 11.3.2009.)

Tuomareina ovat toimineet muun muassa Trendi-lehden päätoimittaja Elina Tanskanen, kenkäsuunnittelija Pertti Palmroth, kenkäsuunnittelija Juha Tarsala, laukkusuun-

nittelija Sanna Kantola, malli ja yrittäjä Niina Kurkinen sekä Suomen Messujen edustajat. (Helsingin Messut Oy Wanha Satama 11.3.2009.)

3.1.4 Lindström Award

Lindström Award -työvaatesuunnittelukilpailun järjestää tekstiilipalveluyritys Lindström Oy. Kilpailu on järjestetty joka toinen vuosi vuodesta 2002 lähtien. Kilpailun tavoitteena on tuoda uusia ideoita ja innovatiivisia ratkaisuja työvaatteiden suunnitteluun. Kilpailun toimeksiantona on ollut työvaatemalliston suunnittelu ennalta määrätyle asiakkaalle. Opiskelijoille kilpailu tarjoaa tosielämän oppimiskokemuksen ja mahdollisuuden näyttää taitonsa. Kilpailuun kutsutaan arvostettuja funktionaalista vaatesuunnittelun opetusta antavia korkeakouluja eri puolilta Eurooppaa. Kansainväliseen kilpailuun ovat voineet osallistua ainoastaan niiden korkeakoulujen opiskelijat, jotka ovat vastaanottaneet koulukohtaisen kilpailukutsun. Vuosina 2002-2008 kilpailuun osallistuttiin ryhmissä, vuonna 2010 kilpailu järjestettiin ensimmäistä kertaa yksilökilpailuna. (Wikipedia 2010; Lindström Group 2007.)

Kilpailun ensimmäisessä vaiheessa kilpailuun pyrkivät lähettävät kilpailutyönsä arvioitavaksi. Tuomaristo kiinnittää töissä huomiota yleisilmeeseen, ideoiden innovatiivisuuteen, työvaatteiden käytännöllisyyteen sekä muotoilun toimivuuteen. Toisessa vaiheessa tuomaristo valitsee viisi finalistia, joiden suunnittelemista asuista tehdään prototyypit. (Lindström Group 2010b.)

Lindström Award haluaa nostaa esiin työvaatetuksen keskeisen roolin osana brändin rakentamista. Lindström Oy haluaa antaa alan opiskelijoille oppimiskokemuksen, jonka myötä heillä on mahdollisuus tutustua työvaatteiden suunnitteluprosessiin alusta loppuun. Lindström Oy on myös lunastanut tuotekehitystarkoituksiin opiskelijoiden suunnittelemaa vaatteita. Voittaja saa 5000 euron arvoisen palkallisen trainee- harjoittelupaikan Lindströmin suunnitteluosastolta. Jos voittaja ei pysty ottamaan paikkaa vastaan, hän saa 4000 euron arvoisen rahapalkinnon. (Lindström Group 2007; Lindström Group 2010a.)

Tuomaristossa ovat toimineet mm. Marimekon entinen pääjohtaja Kirsti Paakkanen, vaatesuunnittelija Ritva Falla, Kodin Kuvalehden päätoimittaja Leena Aro, muotisuun-

nittelija Tiia Vanhatapio, Markkinointi ja Mainonta -lehden päätoimittaja Salla-Mari Koh-tala, kohdeyrityksen edustajat sekä Lindström Oy:n edustajat. (Lindström Group 2010b.)

3.1.5 S-Style

S-Style on Seppälän järjestämä vaatesuunnittelukilpailu, jonka tarkoituksena on tukea kotimaista vaatesuunnittelua. Kilpailun ideologiana on tuoda huippuluokan käyttö-muotia tuotantoon ja myyntiin saakka. Kilpailusta esitettiin myös TV-sarja vuonna 2006. Kilpailun voittajille on myös annettu työtarjouksia Seppälälle sekä voittajien mal-listoja on ollut Seppälän liikkeissä myynnissä. Kilpailua on järjestetty vuosina 2004-2008. Kilpailun nykytilanteesta tai tulevaisuudesta ei ollut tietoa saatavilla. Tuomariston että yleisön valitsema voittaja saa 3500 euron rahapalkinnon. Lisäksi tuomaristolla on mahdollisuus jakaa kunniapalkintoja, jotka ovat olleet suuruudeltaan 450 euroa. (Aller Media Oy 2006; Cision 2010a; Cision 2005a; Cision 2005b; Seppälä 2008.)

3.1.6 Suomen muodin huipulle

Suomen muodin huipulle on tosi-TV -viihdeohjelma, jossa nuoret suunnittelijat kilpailevat sarjan voitosta. Ohjelma perustuu menestyneeseen amerikkalaiseen tv-formaattiin Project Runway, jota juontaa Heidi Klum. Suomen muodin huipulle sarja lähetettiin ensimmäisen kerran vuonna 2009. Sarja saa jatkoa keväällä 2011. Jokaisessa jaksossa suunnittelijoille annetaan uusi viikkotehtävä, jonka voittaja ei voi karsiutua kilpailusta seuraavassa jaksossa. Jakson epäonnistunein kilpailija putoaa kisasta pois, kunnes jäl-jellä on kolme viimeistä kilpailijaa. (MTV3 2009a; MTV3 2009b; Katsomo. 2009.)

Suunnittelijoiden mentoreina toimivat vaatetusalan ammattilaiset, jotka ohjaavat kilpai-lijoita eteenpäin. Jokaisessa jaksossa nähdään vieraileva tuomari, joka yleensä liittyy jollakin tapaa viikkotehtävään. Vuonna 2009 kolme finalistia olivat Maria Jokela, Mert Otsamo sekä Katri Niskanen, juontajana toimi Minna Cheung sekä mentorina Jaakko Selin. Vuonna 2011 juontajana nähdään Nora Vilva ja mentorina Janne Renvall. Vuo-den 2011 voittaja saa 40 000 euron arvoisen viestintä- sekä brändinhallintapaketin. (MTV3 2009a; MTV3 2009b; Katsomo. 2009.)

Tuomareina ohjelmassa ovat toimineet muun muassa suunnittelija Anssi Tuupainen, laulaja Jenni Vartiainen, suunnittelija Seija Lukkala, suunnittelija Minna Cheung sekä näyttelijä Merja Larivaara. (Iltalehti 16.10.2009; MTV3 2009a; MTV3 2009b.)

3.1.7 Turkiskaupan Liitto ry:n nuorten suunnittelijoiden REMIX -kilpailu

Turkiskaupan Liitto ry haluaa tukea nuoria suunnittelijoita järjestämällä vuosittain kansallisen suunnittelukilpailun. Kilpailun tavoitteena on löytää kaupallinen vaate tai asukokonaisuus, joka on suunniteltu yksinomaan turkiksesta tai yhdistämällä siihen muita materiaaleja. Kilpailun voittaja edustaa Suomea Milanossa joka maaliskuussa järjestettävässä kansainvälisessä REMIX -loppukilpailussa. Kilpailu järjestettiin vuonna 2010 Milanon Mifur -messuilla, joka on maailman arvostetuin turkis- ja nahkamuodin tapahtuma. (Turkiskaupan Liitto ry 2010b; Turkiskaupan Liitto ry 2009; Turkiskaupan Liitto ry 2010c.)

Kaksivaiheinen kilpailu on avoin kaikille alle 35-vuotiaille vaatesuunnittelun opiskelijoille tai enintään kaksi vuotta ammatissa toimineille, jotka eivät ole sijoittuneet liiton aikaisemmissa kilpailuissa. Finaaliin valittavat suunnittelijat kutsutaan luonnosten perusteella esittelemään suunnitelmansa henkilökohtaisesti tuomaristolle. Kilpailu pyrkii tuomaan esille turkiseläinten hyvinvoinnin ja alkuperän tärkeyden.

Kilpailutyö valmistetaan turkisinahoista, joilla on OA™ (Original Assured) takuu. Original Assured –merkintä takaa, että turkis on kasvatettu maassa, jossa on EU-tasoinen lainsäädäntö turkiseläinten hyvinvoinnista. (Turkiskaupan Liitto ry 2009.)

Turkiskaupan liitto ry:n tehtävänä on ajaa turkiskaupan yritysten etua toimimalla yhteistyössä oppilaitosten, lainsäätäjien, eri järjestöjen, median ja muiden yhteiskunnallisten vaikuttajien kanssa. (Cision 2010b; Turkiskaupan Liitto ry 2009; Turkiskaupan Liitto ry 2010b.)

Tuomaristossa ovat toimineet muun muassa turkissuunnittelija Kisu Aho, Turkiskaupan Liiton puheenjohtaja Liisa Andström, tekstiilitaiteilija Ritva Falla, muotisuunnittelija Janne Renvall, toimittaja-stylisti Outi Broux, edellisten vuosien voittaja sekä toimittaja Sami Sykkö. (Turkiskaupan Liitto ry 2010b; Turkiskaupan Liitto ry 2010c.)

3.2 Kansainväliset kilpailut

3.2.1 Hempel Award the China International Young Designers Contest

Kilpailu järjestetään vuonna 2011 jo 19 kerran Pekingissä, Kiinassa. Kilpailu on osa Pekingin muotiviikkoja ja sen järjestävät China Fashion Association ja Hempel International Group Limited. Hempel Group on kansainvälinen yritys, jonka päätuotteina ovat tekstiilit. China Fashion Associationin tavoitteena on tuoda uusia kykyjä esille sekä vahvistaa kansainvälisiä suhteita. Vuonna 2010 finaaliin valittiin 28 kilpailijaa 19 eri maasta, hakemuksia kilpailuun tuli kaikkiaan 1426 kappaletta 24 eri maasta. Jokaisena vuonna kilpailun aiheena on tietty teema, joka toimii lähtökohtana malliston suunnittelulle. Kilpailuun voivat osallistua alle 35 -vuotiaat henkilöt kaikkialta maailmasta. (China Apparel 2009; Hempel Award 2009; Trades blog 2010.)

Tuomaristoon kuuluu kansainvälisiä suunnittelijoita, China Fashion Associationin ja Hempel International Group Limitedin edustajia, median edustajia sekä opettajia eri kouluista. (Hempel Award 2009.)

Palkinnot:

- Gold Award, 20 000 CNY (noin 2 264 euroa, Forex 2.11.2010) sekä viikon kiertomatka Kiinassa sisältäen meno- ja paluulennot.
- Silver Award (2 kappaletta), 15 000 CNY (noin 1 698 euroa, Forex 2.11.2010) sekä viikon kiertomatka Kiinassa sisältäen meno- ja paluulennot.
- Bronze Award (kaksi kappaletta), 10 000 CNY (noin 1 132 euroa, Forex 2.11.2010)
- Participating Country Award, 3 000 CNY (noin 339,60 euroa, Forex 2.11.2010)
- Excellence Award
- Best Illustration Award
- Best Fabrics Re-make Award
- Best Technique Workmanship Award
- Kaikki edellä mainitut palkinnot ovat, 1 000 CNY (noin 113,20 euroa, Forex 2.11.2010) (Hempel Award 2009.)

3.2.2 Mittelmoda The Fashion Award

Mittelmoda on kansainvälinen vaate suunnittelukilpailu, joka järjestetään vuosittain Italiassa. Kilpailu on järjestetty jo vuodesta 1993 ja vuonna 2010 se järjestettiin 18 kerran. Mittelmoda lukeutuu tunnetuimpiin ja arvostetuimpiin kansainvälisen tason kilpailuihin ja kilpailun taso on yleisesti ottaen erittäin kova. Mittelmoda on rakentanut yhteistyöverkoston yli 620 vaatealan koulun kanssa, jotka sijaitsevat 66:ssä eri maassa. Kilpailu on yksityisten tahojen järjestämä, ei kaupallinen ja sen tavoitteena on tukea kansainvälistä luovuutta ehdoilla. Kilpailu tarjoaa myös paikan, jossa kansainvälinen media, kansainväliset brändit, alan ammattilaiset, koulut sekä kuluttajat kohtaavat. Mittelmoda -kilpailun kanssa yhteistyötä ovat tehneet myös suuret kansainväliset brändit kuten Levis ja Lectra. (Mittelmoda the Fashion Award 2010.)

Mittelmodan tuomaristossa on ollut mm. Margareta Van Der Bosch-suunnittelun johtaja H&M, Matteo Marzotto järjestäjäorganisaation johtaja, suunnittelija Sergio Ciucci, Levis Euroopan myyntijohtaja Silvia Madella sekä Benetton Group Spa:n HR osaston johtaja Francesca Chicaro. (Mittelmoda the Fashion Award 2010.)

Kilpailussa jaetaan lukuisia eri palkintoja ja vuonna 2010 ne olivat seuraavat:

- Mittelmoda Award, 10 000 euroa, kilpailun parhaalle kokoelmalle
- SMI -Sistema Moda Italia Award, 5000 euroa kokoelmalle, joka on käytetty parhaiten tutkimusta.
- Camera Nazionale Della Moda Italia, 2500 euroa kokoelmalle, jossa on käytetty eniten luovuutta.
- LEVI`S® AWARD, 5000 euroa. Naistenvaatekokoelmalle, jossa on parhaimmat -denim vaatteet.
- Special Prize KALEIDO, 6000 euroa, parhaalle kokoelmalle, jossa on käytetty Lectran KALEIDO SUIT -moduuleja.
- Italian Fabric Award -näyttely Milano Moda Unicassa, helmikuussa 2011, mallistolle, joka esittelee luovia puuvillaisia vaatteita.
- H&M Award, 2000 euroa. Innovatiivisimmalle ja globaalisimmalle mallistolle.
- FURLA Accessories Award, 2000 euroa. Innovatiivisimmalle asustemallistolle.
- WEDDING ITALIAN STYLE AWARD, 2500 euroa. Parhaalle hääpuvulle tai hääpukumallistolle.

- Otagon Polytechnic Scholarship Award. Kahdeksan viikon stipendi Otagon Polytechnic -kouluun, sekä edestakaiset lennot Uuteen-Seelantiin.
- CLAM Award, Mainos CLAMMAG -lehteen. Suunnittelijalle joka suunnittelee CLAMMAG -lehden tyyllisen malliston.
- Special Jury's Award, 2000 euroa. Kilpailun erikoisimmalle mallistolle. (Mittelmoda the Fashion Award 2010.)

3.2.3 The New Designer Fashion Grand Prix

Kilpailu järjestettiin ensimmäisen kerran Japanissa vuonna 1984 ja järjestäjänä toimi tuolloin Onward Kashiyama Co. Ltd. Vuonna 2004 siitä tuli osa Japan Fashion Fairia, jonka tarkoituksena oli vahvistaa ja parantaa Japanin tekstiili- sekä muotiteollisuuden kilpailukykyä. (JFW in Tokyo 2010.)

Vuonna 2006 kilpailu liitettiin osaksi Japan Fashion Week in Tokyo -tapahtumaa, jolloin sponsoriksi tuli Japan Fashion Week. Vuonna 2008 kilpailu koki uuden muutoksen, sillä se sai yhdeksi sponsorikseen Tokion kaupungin hallituksen. Tämän jälkeen kilpailun tavoitteeksi muodostui nuorten suunnittelijoiden markkinoiminen sekä saada heidät kansainvälisesti aktiivisiksi. Nykyään kilpailu on yksi suurimmista kansainvälisistä kilpailuista, osallistujia tulee 722 eri koulusta 61 eri maasta. (JFW in Tokyo 2010.)

Kilpailuun voivat osallistua opiskelijat tai henkilöt, jotka eivät omista vaatesuunnittelun yritystä tai henkilöt, jotka eivät ole julkistaneet omaa mallistoaan. Finaaliin päässeiden kilpailijoiden on myös päästävä matkustamaan Japaniin. Kilpailua ovat hallinneet menneinä vuosina japanilaiset opiskelijat. Vuonna 2010 kilpailuun lähetettiin 11 400 luomusta, joista 30 valittiin finaaliin. Kilpailun tuomaristo koostui vuonna 2010 japanilaisista ammattilaisista: Hanae Mori, Akira Minagawa, Shunichi Mugita, Takuro Orgasawara, Toshikazu Iwaya, Yuma Koshino sekä Hiroyuki Horihata. (JFW in Tokyo 2010.)

Palkinnot:

- Grand Prix, 1 000 000 JPY (noin 9 253 euroa, Forex 8.11.2010), pääpalkinto.
- Prize for Excellence, 300 000 JPY (noin 2 775 euroa, Forex 8.11.2010), annetaan kahdelle kilpailijalle (yksi naisten sekä miesten kategorialle).

- Workmanship Prizes, 100 000 JPY (noin 925 euroa, Forex 8.11.2010), annetaan viidelle luomukselle.
- Honorable Mention Prize , 50 000 JPY (noin 462 euroa, Forex 8.11.2010), annetaan 20:lle luomukselle. (JFW in Tokyo 2010.)

3.2.4 ITS#FASHION, International Talent Support

Kilpailu järjestettiin yhdeksännen kerran vuonna 2010. Pää tavoitteina on antaa näkyvyyttä ja tukea sekä tuoda esiin nuoria vaatetussuunnittelijoita. Kilpailu pyrkii antaa heille mahdollisuudet vapauttaa itsensä luovaan suunnitteluun raha- sekä työharjoittelupalkinnoilla. Kilpailun järjestää organisaatio nimeltään EVE, joka toimii Triestessä, Pohjois- Italiassa. EVE järjestää ITS -kilpailuja muodin lisäksi asusteiden ja valokuvauksen saralla. Kilpailun tuomaristossa olivat vuonna 2010 muun muassa suunnittelijat Viktor & Rolf, Vogue Italian muotitoimittaja Sara Maino, Dieselin taiteellinen johtaja Bruno Collin, suunnittelija Kei Kagami, sekä edellisen vuoden voittaja Mason Jung. (International Talent Support 2010.)

Palkinnot:

- Ensimmäinen palkinto, 15 000 euroa oman kokoelman toteutukseen sekä muotinäytös, jonka järjestää kilpailun organisaatio.
- Diesel Award, 25 000 euron rahapalkinto sekä työharjoittelupaikka Dieselillä.
- Fashion Special Prize, 5000 euroa, joka annetaan luovimmalle mallistolle.
- RA Award, Ilmainen näytös RA:n galleriassa Antwerpenissä. (International Talent Support 2010.)

3.2.5 Triumph Inspiration Award

Suhteellisen nuori kilpailu, joka on järjestetty ensimmäisen kerran vuonna 2008. Kilpailun tavoitteena on haastaa vaatetusalan opiskelijoita kaikkialta maailmasta käyttämään luovuuttaan, taitoaan ja taiteellisia visioitaan.

Kilpailuun osallistutaan uniikilla alusvaatteella, jonka tarkoituksena on olla näyttävä mallikappale. Alusvaatteiden suunnitelmat pohjautuvat vuosittain vaihtuvaan teemaan.

Kilpailuun voivat osallistua kaikki muotoilua opiskelevat henkilöt ympäri maailmaa. Kilpailuun osallistutaan ensin kansallisella tasolla, joiden voittajat pääsevät jatkamaan kansainväliselle tasolle. Kansainvälisessä loppukilpailussa valitaan yksi voittaja, jolle pääpalkinto luovutetaan. Tuomaristo koostuu tunnetuista asiantuntijoista muodin, muotoilun ja median aloilta. (Triumph International 2010a; Triumph International 2010b; Triumph International 2010c.)

Palkinnot:

- Ensimmäinen palkinto, 15 000 euroa, jonka lisäksi yhdestä voittajan työstä valmistetaan kaupallinen tuote, jota myydään valituissa Triumphin myymälöissä.
- Toinen palkinto, 10 000 euroa
- Kolmas palkinto, 5 000 euroa (Triumph International 2010a.)

3.2.6 Vancouver Fashion Week Contest, International Designers Competition

Vancouverin Muotiviikko järjesti vuonna 2010 ensimmäistä kertaa kansainvälisen kilpailun, joka on osa Vancouver Fashion Week -tapahtumaa. Sen tarkoituksena on koota kirkkaimmat ja nousevat nuoret suunnittelijat yhteen ympäri maailmaa sekä auttaa heidän uraansa kilpailun avulla. Järjestäjien tarkoituksena on myös kiinnittää huomiota Vancouverin alueen monikulttuurisuuteen. Kilpailu etsii nuoria suunnittelijoita, jotka pystyvät vievään suunnittelun uusille tasoille. Kilpailuun osallistui vuonna 2010 22 suunnittelijaa ympäri maailmaa. Kilpailussa jaetaan tuomariston valitsevat voittajat sekä yleisön suosikit. (Vancouver Fashion Week 2010.)

Kilpailun tuomaristossa olivat vuonna 2010 entinen Vancouver Sunin Fashion and Beauty Editor Virginia Leeming, vaatteiden valmistuttaja Michaela Stapf sekä vancouverilainen stylisti Deanna Apalowski. Kilpailun pääpalkinto on 1000 Kanadan dollaria (noin 741 euroa, Forex 8.11.2010), sekä haastattelu Vancouver View Magazineen. (Vancouver Fashion Week 2010.)

3.2.7 Fashioning the Future

Kilpailu järjestettiin ensimmäisen kerran vuonna 2008. Sen järjestäjänä toimii Centre for Sustainable Fashion, joka toimii London College of Fashionin alaisuudessa. Fashioning the Future on johtava kansainvälinen alusta, joka juhlistaa kestävän muodin suunnittelua, innovaatioita, kehittämistä sekä tiedonvälitystä. Kilpailu on avoinna kaikille kolmannen vuosikurssin opiskelijoille sekä niille, jotka ovat valmistuneet viimeisen kahden vuoden aikana. (Centre for Sustainable Fashion at London College of Fashion 2009; London College of Fashion 2010.)

Fashioning the Future Award yhdistää vaatetusalan oppilaitokset ympäri maailmaa, sekä tuo yhteen globaalin yhteisön luovia ajattelijoita ja, tekijöitä, innovaattoreita ja yrittäjiä. Kaikkien päämääränä on auttaa vaatetusalaa ohjaamaan kurssiaan kestävän kehityksen suuntaan. Fashioning the Future etsii yksilöllisyyttä. Kilpailun tavoitteena on löytää kyky, joka on radikaalisti erilainen etsiessään ja ilmaistessaan tulevaisuuden designia. (Centre for Sustainable Fashion at London College of Fashion 2009; London College of Fashion 2010.)

Vuonna 2009 tuomaristoon kuuluivat journalisti ja BBC:n kuuluttaja Lucy Siegle, muoti-kommentaattori Caryn Franklin, Mark Sumner, Solitaire Townsend sekä suunnittelija ja professori Helen Storey. (London College of Fashion 2010.)

Kilpailun palkinnoista ei ollut muuta tietoa saatavilla, kuin niiden nimet. Palkinnot olivat vuonna 2009:

- Enterprise & Communication initiative For a Future Fashion Industry Award
- Role of Materials in a Sustainable Fashion Industry Award
- Systems For a Sustainable Fashion Industry Award
- Systems for a Sustainable Fashion Industry Award
- Design for a Thriving Fashion Industry Award
- Water-The Right for All Citizens of this Planet Award (London College of Fashion 2010.)

3.2.8 The Designer's Nest competition

Designer's Nest Competition on osa Tanskan CHP Vision -muotimessuja, jotka järjestetään vuosittain Kööpenhaminassa. Messut on perustettu vuonna 1998 ja ensimmäinen kilpailu järjestettiin vuonna 2005. Kilpailun tarkoituksena on luoda kansainvälisen tason puitteet pohjoismaiden muotoilun opiskelijoille näyttää omia taitojaan. Designer's Nest järjestetään kaksi kertaa vuodessa, keväällä ja syksyllä. (CPH Vision 2010.)

Kilpailu on kutsukilpailu ja siihen voivat osallistua opiskelijat vain seuraavista kouluista (vuonna 2010): Danmarks Designskole, Kööpenhamina; Designskolen, Kolding; TEKO, Herning; Beckmans Designskole, Tukholma; Swedish School of Textiles, Borås; Taide-teollinen korkeakoulu, Helsinki; ja Iceland Academy of the Arts. (CPH Vision 2010.)

Kilpailun suojelijana toimii Tanskan kruununprinsessa Mary. Finaaliin valitaan viiden valmistuvan opiskelijan päättötyöt jokaisesta kilpailuun kutsutusta koulusta. Voittajaksi valitaan henkilö, joka on osoittanut mallistollaan olevansa erityisen lahjakas ja luova opiskelija. Voittaja saa palkintona 50 000 DKK (noin 6 950 euroa, Forex 2.11.2010). (CPH Vision 2010.)

3.2.9 The REMIX Competition

International Fur trade federation (IFTF) järjesti ensimmäisen The REMIX -kilpailun vuonna 2003 yhteistyössä MIFUR (Milanossa järjestettävä kansainvälinen turkis- ja nahkanäyttely) kanssa. REMIX -kilpailun tavoitteena on rohkaista, tukea ja inspiroida nuoria suunnittelijoita kehittämään ja tutkimaan suhdettaan turkikseen sekä antaa mahdollisuudet esitellä innovatiivisia luomuksiaan kansainväliselle yleisölle. Kilpailuun on osallistunut seitsemän vuoden aikana yli 300 opiskelijaa 22 maasta. Kaikki suunnittelijat, jotka pääsevät kilpailuun ovat voittaneet maakohtaisen REMIX -kilpailun.

Kilpailun tuomaristoon kuuluivat vuonna 2010 suunnittelijat Rubin Singer ja Irina Shanayeva, ELLE USA:n Style Director Kate Lanphear, komedienne Joan Rivers sekä median edustajisto. (International Fur Trade Federation 2009; Aalto yliopisto, Taideteollinen korkeakoulu 2010.)

3.3 Menestyneimmät koulut

Kotimaisiin vaatetussuunnittelukilpailuihin osallistuneiden opiskelijoiden tai jo valmistuneiden suunnittelijoiden opiskelutaustalla näyttää olevan merkitystä kilpailumenestyksen kannalta. Opiskelijat tai suunnittelijat, jotka ovat menestyneet useimmiten kilpailussa, ovat opiskelleet Taideteollisessa korkeakoulussa. Toinen huomionarvoinen oppilaitos on Lahden ammattikorkeakoulu, joka silti jäi kilpailuissa voittaneiden opiskelijoiden vertailussa selkeästi toiselle sijalle.

Miten yksi oppilaitos voi hallita kotimaisia kilpailuja näin suurella marginaalilla. Millä tavoin muut oppilaitokset pyrkivät parantamaan omaa asemaansa? Kilpailuissa menestyneet opiskelijat ovat oppilaitoksille erittäin arvokkaita. Menestyneet opiskelijat tuovat oppilaitokselle hyvää mainetta sekä parantavat tunnettuutta opiskelemaan aikovien ihmisten kesken. Koulut kilpailevat oppilaista ja kilpailu lisääntyy tulevaisuudessa, sillä opiskelupaikkoja voi pian olla enemmän kuin hakijoita. Medianäkyvyys ja menestyminen luovat mielenkiintoa hakijoiden keskuudessa, joka voi olla vaikuttavan tekijänä oppilaitokseen hakiessa. (Turun Sanomat 23.1.2010.)

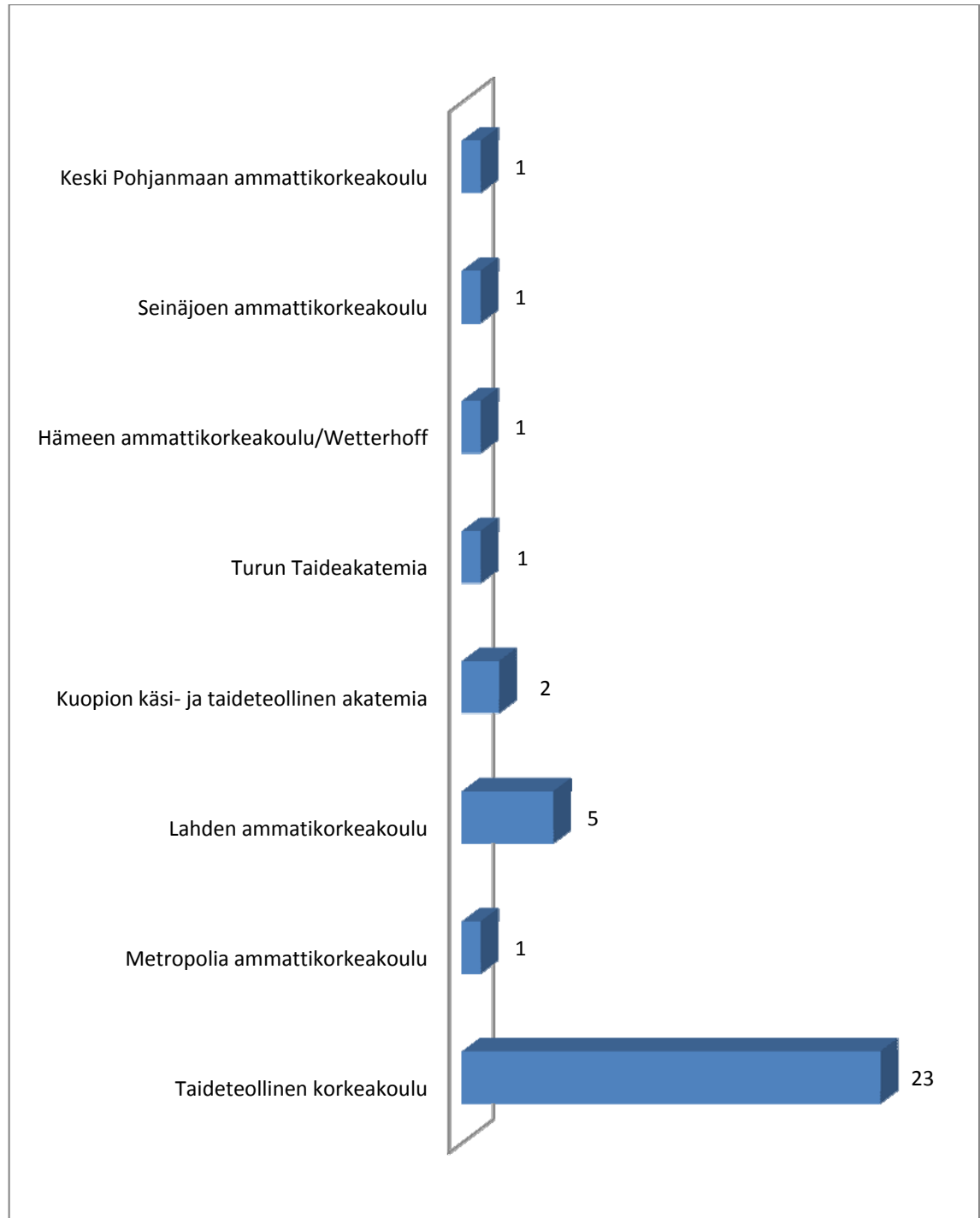
Kun vertasin kolmen koulun (Taideteollinen korkeakoulu, Lahden ammattikorkeakoulu sekä Metropolia ammattikorkeakoulu) opetussuunnitelmia keskenään, voi huomata, että missään oppilaitoksessa ei ole erikseen panostettu kilpailuihin. Mihin menestyminen sitten liittyy? Onko kyseessä sitten kilpailumenestyjän opiskelumotivaatio, kunnianhimo, rohkeus vai puhdas ammattitaito, jonka ansiosta Taideteollisen korkeakoulun opiskelijat ovat pärjänneet niin paljon paremmin kuin muissa kotimaisissa oppilaitoksissa opiskelevat? Lisäksi tulee mieleeni kysymys; jos kilpailut sisällytettäisiin opintosuunnitelmaan, lisäisikö se menestystä alan kilpailuissa?

(Aalto-yliopisto, Taideteollinen korkeakoulu 2010; Lahden ammattikorkeakoulu, Muotoilu- ja taideinstituutti 2010; Metropolia ammattikorkeakoulu 2010.)

Kuviossa yksi olen esitellyt ne vaatetussuunnittelukilpailut Suomessa, joista olen pystynyt selvittämään kilpailijoiden koulutustaustan. Otannassa ovat NRJ Fashion Awards, Lindström Award, Vuoden Nuori Suunnittelija, Suomen Muodin Huipulle, sekä REMIX Suomen osakilpailu. Otanta ei kuitenkaan anna täysin todellista kuvaa voittajien koulu-

tustaustasta. Otannan ulkopuolelle jäivät S-Style sekä Vuoden kenkä- ja laukkus suunnittelija -kilpailut.

Kuvio 1. Kotimaisissa vaatesuunnittelukilpailuissa voittaneiden koulutustausta vuosina 1995-2010.



4 Tunnustukset

Vaatetuksen- ja muotoilun alalla jaetaan myös palkintoja ja tunnustuksia suunnittelijoille/yrityksille. Nämä eivät ole suoraan verrattavissa kilpailuihin, sillä niihin ei haeta kilpailijoita, vaan pikemminkin tunnustetaan jo olemassa olevia suunnittelijoita. Pidän kuitenkin tärkeänä mainita ne tässä työssä, sillä tunnustuksen saaneet suunnittelijat saavat samalla lailla medianäkyvyyttä kuin kilpailuissa olleetkin.

Tunnustuksen antaja valitsee raadin, joka valitaan jakamaan palkinto tunnustuksen saajalle. Sinällään kukaan ei pysty vaikuttamaan suoraan tunnustuksen valintaan muuten kuin tekemällä ahkerasti töitä ja vaikuttamalla suunnittelun ja muotoilun alalla. Tunnustuksen saanti on kuitenkin merkittävä, sillä rahapalkinnon lisäksi saaja saa näkyvästi mediahuomiota sekä arvostusta omalla alallaan. Tämä taas lisää tunnustuksen saajan työn arvoa merkittävästi, mikä puolestaan lisää tunnustuksen saajan haluttavuutta työmarkkinoilla.

4.1 Vuoden nuori muotoilija

Vuoden nuori muotoilija -palkinto perustettiin Suomen Taideteollisuusyhdistyksen 125-vuotisjuhlavuonna 2000. Vuoden nuori muotoilija -palkinnon jakaa Design Forum Finland ja se annetaan nuorelle muotoilijalle, joka on jo osoittanut poikkeuksellista, omaperäistä ja korkeatasoista osaamista taidekäsityön, taideteollisuuden, teollisen muotoilun, graafisen suunnittelun tai sisustusarkkitehtuurin alalla. Palkinnon tarkoituksena on kannustaa nuoria muotoilijoita tinkimättömään ja omaleimaiseen työskentelyyn. (Design Forum Finland 2009.)

Palkinto voidaan myöntää henkilölle, henkilöille tai ryhmälle, joka on osoittanut uutta luovaa näkemystä ja osaamista muotoilun alalla. Palkinnon suuruus on 5 000 euroa ja siihen liittyy näyttely Design Forum Finlandin tiloissa. Palkinto on jaettu vuodesta 2000 lähtien vuosittain. Vaikka kyseinen kilpailu ei ole pääasiassa vaatetusalan, on kilpailun voittajien joukossa ollut vaatesuunnittelija ja muotoilija Naoto Niidome (2008) sekä kenkäsuunnittelija Julia Lundsten (2007). (Design Forum Finland 2009.)

4.2 Kultainen Vaatepuu

Kultainen Vaatepuu -tunnustuspalkinto on jaettu vuodesta 1995 korkealaatuisille suomalaisille suunnittelijoille tai yrityksille. Tunnustuspalkinnon ovat ideoineet Suomen Messut, Gloria -lehti, Muoti-Vateva sekä Stockmann. Kultainen Vaatepuu -tunnustuspalkinto jaetaan vuosittain sellaiselle kotimaiselle suunnittelijalle tai yritykselle,

jonka mallisto on suunniteltu ajan henkeen, on korkealaatuinen niin materiaaleiltaan kuin työnkin puolesta, on toimivuudeltaan ja käyttöominaisuuksiltaan tarkoituksenmukainen, omaa hyvän hinta-laatusuhteen ja edustaa vientikelpoista kaupallisuutta. Malliston halutaan perustuvan laatutuotteisiin, joilla on mahdollisimman suuri kotimaisuusaste. (Karjunen, Antti 15.10.2010.)

Kultainen Vaatepuu -tunnustuspalkinnon raadissa ovat toimineet muun muassa päätoimittaja Sami Sykkö, muotikoordinaattori Johanna Salovaara, toimitusjohtaja Satu Mehtälä sekä edellisten vuosien tunnustuspalkinnon saaneet henkilöt. (Suomen Messut 2010b; Karjunen, Antti 15.10.2010.)

Tunnustuspalkinnon voittaja saa käyttöönsä oman osaston muotimessuilta. Hänen vaatteitaan tullaan esittämään kaikissa muotimessujen muotinäytöksissä. (Suomen Messut 2010b.)

5 Oma kokemus

5.1 Vuoden Kenkäsuunnittelija 2008

Ensimmäinen oman kokemukseni suunnittelukilpailusta sain vuonna 2008, jolloin osallistuin luokkatoverini kanssa Vuoden Kenkäsuunnittelija 2008 -kilpailuun. Saimme tietää kilpailusta aivan viime hetkillä opettajaltamme ja päätimme hetken mielijohteesta osallistua. Otimme selvää, mistä kyseisessä kilpailussa on oikein kyse ja sen perusteella lähdimme suunnittelemaan kenkämallistoa.

Kilpailun aiheena oli suunnitella ekologinen kenkämallisto, eikä aihetta rajattu mitenkään muuten. Kävimme ideoita läpi, jonka jälkeen alkoi varsinainen suunnitteluprosessi. Emme halunneet tehdä halvalta vaikuttavia kierrätysmateriaalitossuja, joten miehitimme muita mielenkiintoisia vaihtoehtoja ja tapoja tuoda ekologinen muotoilu esiin suunnitelmissamme. Olin aiemmin opiskellut hattu- ja asustealan ammattilaiseksi eli modistiksi. Tutustuin opiskeluaikani hyvin erikoisiin materiaaleihin. Yksi niistä oli paperista valmistettu punos, jota voi muotoilla halutun muotoiseksi erilaisilla työskentelytavoilla. Tämä paperipunos on myös erittäin kestävä, mukavan tuntuista sekä kaunistaa materiaalia. Lopulta valitsimme punoksen materiaaliksemme ja inspiraatioon lähteeksemme. Paperipunoksen lisäksi päätimme valmistaa kengän pohjallisen prässätystä paperimassasta, joka päällystettäisiin joko maalaamalla tai paperipunoksella. Kilpailuun lähetettäväksi valitsimme molempien parhaat ideat, jotka yllätykseksemme olivat hyvin samanlaisia. Tämän jälkeen viimeistelimme ideat yhdessä.

Aikaa malliston suunnitteluun oli vain muutama päivä, joten teimme kaiken erittäin kiireisellä aikataululla. Tästä seurasi pitkiä iltoja suunnitellen ja luonnostellen erilaisia kenkiä. Lopulta saimme malliston valmiiksi. Muutaman viikon kuluttua saimme sähköpostia, jossa kerrottiin, että suunnitelmamme oli valittu finaaliin. Olimme molemmat täysin yllättyneitä, mutta erittäin iloisia asiasta.

Finaaliin oli päässyt työmme lisäksi kaksi muuta ehdotusta. Seuraavaksi kaikkia finalisteja haastateltiin tuomariston edessä, jossa oli mukana muun muassa Jukka Tarsala, Niina Kurkinen ja Pertti Palmroth. Olimme molemmat erittäin hermostuneita, mutta haastattelu sujui mielestämme erittäin hyvin. Emme kuitenkaan osanneet ennalta val-

mistautua meille esitettyihin kysymyksiin. Haastattelussa painotettiin mahdollisten kenkien teollista valmistusta, joka meidän suunnitelmien kohdalla ei luultavastikaan olisi toiminut. Tämä johtui luultavasti siitä, että kummallakaan meistä ei ole koulutusta kenkäalalta ja vielä vähemmän niiden suunnittelusta. Piirroksemme olivat hienoja kuvia mittoineen ja selventävine teksteineen, mutta eivät kovinkaan ammattimaisesti toteutettuina. Silti yllätyimme siitä kuinka paljon teollista valmistusprosessia painotettiin, sillä siitä ei ollut mitään mainintaa kilpailun kriteereissä.

Samana päivänä saimme tietää, että meitä ei valittu voittajiksi. Tieto ei tullut yllätyksenä, mutta tietenkin olisimme toivoneet sitä. Saimme kuitenkin arvokasta kokemusta. Kilpailun voitti englannissa opiskelevan suomalaisen kenkäsuunnittelijan työ, jossa käytettiin materiaalina suomalaista poronnahkaa.

5.2 Hempel Award the China International Young Designers Contest

Seuraavan kokemuksen vaatesuunnittelukilpailusta sain vuoden 2009 keväällä, jolloin pääsin Hempel Award -kilpailun finaalin Kiinaan Pekingiin. Sain tietää kyseisestä kilpailusta marraskuussa 2008 muutamaa viikkoa ennen kilpailuehdotusten jättämispäivää. Päätin taas hetken mielijohteesta osallistua, vaikka aikaa suunnitelmien tekemiseen oli vain muutama viikko.

Kilpailun teemana oli ”kansallispäivä”, jonka ideana sijoitin Suomen itsenäisyyspäivän vastaanottoon. Hain inspiraatiota erilaisista patsaista ja itsenäisyyden symboleista. Kilpailumallistosta tuli hyvin veistosmainen. Yhdistin siinä valkoista huopaa ja mustaa läpikuultavaa puuvillatylliä. Lähetin kilpailuehdotuksen Pekingiin jälleen aivan viime hetkillä, juuri ennen kuin Posti meni kiinni.

Joulukuussa sain sähköpostin, jossa minut toivotettiin tervetulleeksi kilpailun finaaliin keväällä 2009. Olin täysin yllätynyt sähköpostista, mutta samalla erittäin iloinen. Kilpailuun osallistuvien määrä oli kaikkiaan 35 henkilöä 20 eri maasta. Aikaa vaatteiden kaavoittamiseen sekä valmistamiseen oli kolme kuukautta. Olin tehnyt suunnitelmat kolmesta iltapuvusta, mutta opettajamme ehdotuksesta nostin asukokonaisuuksien määrää viiteen.

Tilasin tarvittavat kankaat ja kaikki meni silloin suunnitelmien mukaan. Myöhemmin kangastilauksessa ilmeni kuitenkin vaikeuksia. En olisi saanut kankaita ajoissa, joten päätin vaihtaa ne johonkin toiseen kankaaseen. Kolme viikkoa ennen kilpailupäivää löysin koululta sopivan kankaan, joka oli olemukseltaan sopivaa, mutta keinokuitua. Lopulta erittäin pitkien iltojen jälkeen sain kaikki puvut tehdyksi, vaikka viimeistelinkin niitä vielä päivää ennen matkaa. Puvut veivät paljon tilaa, joten pakkasimme ne kahteen valtavaan pahvilaatikkoon. Otin yhteyttä lentoyhtiöön, jotta olisin varma siitä, ettei mitään ongelmia syntyisi. Pukujen lisäksi pakkasin mukaan suuren määrän erilaisia ompelutarvikkeita.

Pääsin turvallisesti Pekingiin, jonka lentokentällä sain kuitenkin odottaa tovin, sillä suuri ja erikoinen pakkaukseni herätti hyvin paljon mielenkiintoa paikallisessa lentokenttähenkilökunnassa. Kun saavuin hotelliin, minut vietiin saman tien rekisteröitymään. Tämän jälkeen minut ja puvut vietiin suureen saliin, jossa teimme ensimmäiset sovitukset mallien päälle. Olin tehnyt puvut saamieni mittojen mukaan ja sovittanut niitä Suomes-
sa henkilölle, joka oli mallimittainen. Silti, suureksi yllätyksekseni kaikissa iltapuvuissa oli liikaa väljyyttä. Loppuilta kului korjausompeluita tehden.

Seuraavina päivinä heräsimme aamuvarhain ja menimme suoraan kilpailupaikalle, jonne oli noin puolen tunnin matka. Kilpailupaikkana toimi suuri halli, jonne oli rakennettu valtava lava. Kävimme päivän aikana monia harjoituksia läpi ja päivät venyivät ilta-myöhään. Huonetoimerini oli yöt hereillä, sillä hänen pukunsa eivät olleet vielä valmiita. Emme siis nukkuneet näinä viitenä päivänä kovinkaan paljoa, mutta jaksomme adrenaliinin voimalla.

Kilpailun finaali järjestettiin osana Pekingin muotiviikkoja, joten katsomo oli erittäin täynnä niin kutsuvieraita kuin median edustajiakin. Finaali sujui ongelmitta, vaikka omat muistikuvani siitä ovat varsin hämärät suuren jännitystilani vuoksi. Palkintojen jakotilaisuus oli hyvin epämääräinen, sillä kaikki puhuivat kiinaa ja suurin osa kilpailijoista ei ymmärtänyt, missä kohtaa kulloinkin jo harjoiteltua seremoniaa menttiin. Sain kilpailusta palkinnoksi Participating Country Awardin, joka koostui hienosta dokumentista sekä rahapalkinnosta. Tämän rahapalkinnon tuhlasin samana iltana ostoksiin Pekingin keskustassa.

Ennen lähtöä kaikki kilpailijat vietiin tutustumaan Kiinan muuriin, jonne oli noin kahden tunnin matka Pekingistä. Seuraavana päivänä oli lepäämisen kotiinpaluun vuoro. Vaikka en saanut pääpalkintoja, ei se minua edes harmittanut. Sain mieleenpainuvan kokemuksen koko matkasta, ja se on mielestäni paljon arvokkaampaa kuin raha. Kilpailun voitti kiinalainen opiskelija, viidellä valkoisella asu kokonaisuuden.

5.3 Vuoden Laukkusuunnittelija 2009

Juuri ennen vaihto-opiskeluluun lähtöäni osallistuin luokkatoverini kanssa Vuoden Laukkusuunnittelija 2009 -kilpailuun. Saimme tietää jälleen kilpailusta opettajiltamme muutamaa päivää ennen kilpailuehdotusten jättämisspäivää. Päätimme kuitenkin osallistua.

Kilpailun aiheena oli suunnitella ekologinen laukku. Materiaaliksi valitsimme samaisen huopakankaan, jota olin käyttänyt Hempel Award -kilpailun juhlapuvuissa. Vuorikaaksi valitsimme kestävän pellavakankaan sekä yksityiskohdiksi metallisia ruuveja. Perustelimme materiaalien valintoja muun muassa sillä, että ne olivat Suomessa valmistettuja. Lisäksi huopakangas on kestävä ja ekologinen materiaali.

Suunnittelimme laajan malliston, joka koostui kymmenestä erilaisesta laukusta. Teimme malliston rakennepiirustukset, kirjoitimme esittelyn, valmistimme moodboardin sekä ompelimme prototyyppilaukun. Aika kävi erittäin tiukoille ja viimeistelimme laukun viime tipassa. Tällä kertaa meitä ei valittu finaaliin saakka, mutta olimme silti erittäin tyytyväisiä suunnitelmiimme sekä prototyyppilaukkuun. Kilpailun voitti suunnitelma laukusta, jossa oli aurinkopaneeleita.

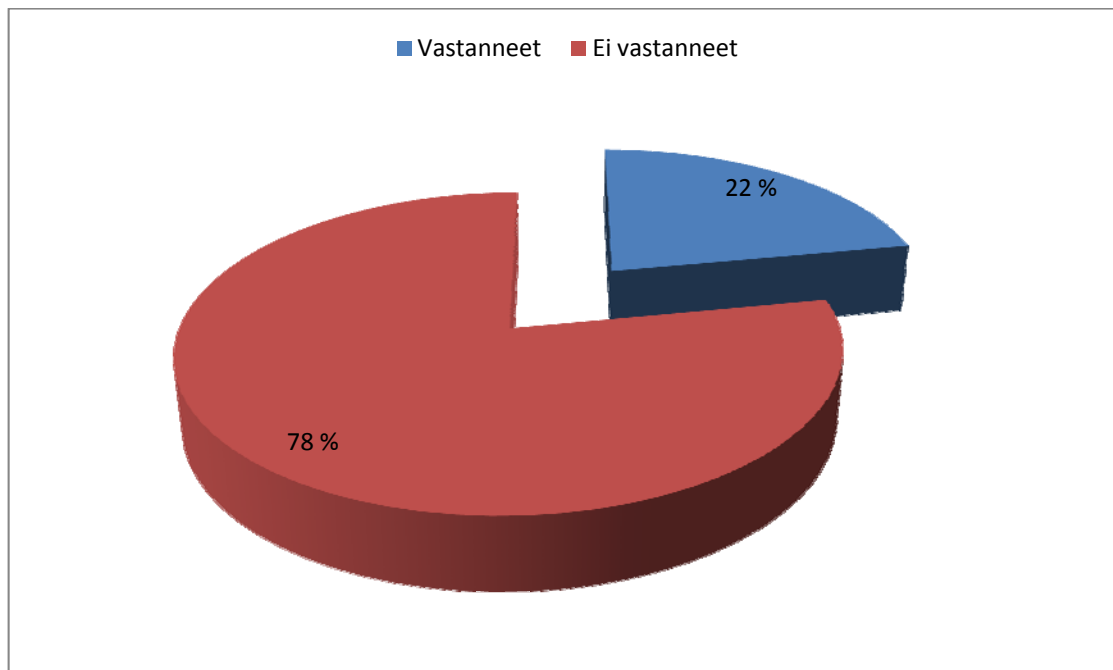
6 Kyselyt

6.1 Tulokset

Yksi työni tavoitteista oli tarkastella vaatesuunnittelukilpailuja, suunnittelijoita sekä mahdollista kilpailumenestyksen tuomaa urakehitystä eri näkökulmista. Saadakseni riittävän kattavan kuvan erilaisista mielipiteistä valmistin kyselyn, jonka lähetin neljälle eri ryhmälle: suunnittelijoille, alan ammattilaisille, median edustajille sekä Suomessa toimiville ammattikorkeakouluille tai yliopistoille, joissa opetetaan vaatetus suunnittelua.

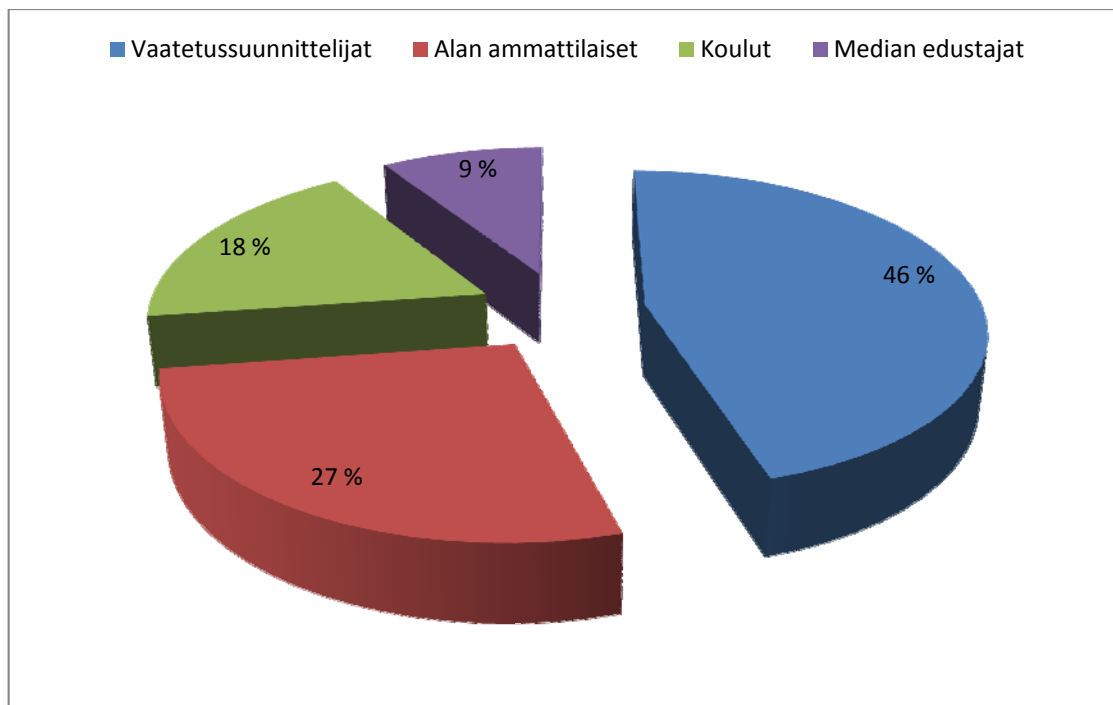
Epäilin, että kyselyihini ei vastattaisi tarpeeksi, joten päätin, että niitä täytyy lähettää riittävästi, jotta saisin vastauksia mahdollisimman kattavasti. Vastausprosenttitaavoitteeksi asetin 20. Kyselyitä lähetin yhteensä 50 kappaletta ja vastauksia sain yhteensä 11 kappaletta. Näin ollen vastausprosentiksi muodostui 22 prosenttia, mikä ylitti asettamani tavoitteet. Suurin osa vastauksista saapui kolmen päivän aikana kyselyiden lähettämisen jälkeen, mikä osoittaa sen, että kysely on tehokas tapa saada nopeasti vastauksia laajalta kohderyhmältä.

Kuvio 2. Kyselyn vastausprosentti.



Vaikka vastausprosentti ylitti tavoitteeni, olen silti hieman pettynyt erityisesti koulujen vastausprosenttiin. Toinen pettymys oli median edustajien vastausprosentti, joka oli kyselyn pienin. Suunnittelijat vastasivat kiitettävän hyvin ja heidän antamansa vastaukset sekä kommentit olivat hyvin perusteellisia.

Kuvio 3. Vastausprosentit eri vastaajaryhmien kesken.



6.2 Suunnittelijat

6.2.1 Suunnittelijoiden taustat

Kyselyyni vastasi viisi suunnittelijaa, jotka ovat myös kaikki työelämässä. Suunnittelija A on taiteen maisteriksi Taideteollisesta korkeakoulusta vuonna 2009 valmistunut freelance suunnittelija, joka on menestynyt myös monessa kilpailussa. Hän on ollut myös suhteellisen paljon esillä julkisuudessa. Suunnittelija B on osallistunut muodin huipulle ohjelmaan vuonna 2009, jonka jälkeen hän on jatkanut vaatesuunnittelua julkisuuden henkilöille. Suunnittelija C valmistuu Vaatetussuunnittelijaksi Metropolia ammattikorkeakoulusta vuonna 2011. Hän tekee myös suunnittelijan töitä helsinkiläisessä turkisytyksessä. Suunnittelija D on valmistunut Taideteollisesta korkeakoulusta vuonna 1995. Sen jälkeen hän on osallistunut lukuisiin vaatesuunnittelukilpailuihin. Lisäksi hän

omaa vankan kokemuksen vaatetusosalta. Suunnittelija F on valmistunut Kenkäsuunnittelun Maisteriksi London College of Fashionista vuonna 2008. Hänen työnsä ovat päässeet esille myös ITS8 -kilpailussa Italiassa vuonna.

Kolme viidestä ilmoitti olleensa vaatetusalan töissä 1-2 vuotta, suunnittelija F ilmoitti olleensa 3-5 vuotta vaatetusosalalla. Pisimpään työelämässä on ollut suunnittelija D, hänellä kokemusta on kertynyt yli 10 vuotta. Halusin myös tietää, kuinka paljon aikaa on kulunut viimeisestä kilpailukokemuksesta. Osalla viimeisestä kokemuksesta on aikaa alle vuosi ja osalla 3-5 vuotta. Yhdellä suunnittelijalla opiskelusta oli kulunut 1-2 vuotta. Tämä osoittaa, että kilpailutoiminta on suhteellisen tuoretta kaikilla vastaajilla.

Suunnittelijat ovat ottaneet osaa kiitettävästi niin kotimaisiin kuin kansainvälisiin vaatesuunnittelukilpailuihin. Osalla suunnittelijoista on selkeästi enemmän kokemusta kansainvälisistä kilpailuista. Tämä osoittaa, että kynnys lähteä ulkomaille on vähäinen ja vahvistaa käsitystäni siitä, miten rohkeita suomalaiset suunnittelijat ovat. Toisaalta se voi myös osoittaa sen, että suunnittelijoilla riittää kunnianhimoa saada menestystä kansainvälisiltä areenoilta. Lisäksi kansainvälisiin kilpailuihin osallistuminen tuo erittäin arvokasta kokemusta, jota varmasti jokainen suunnittelija osaa arvostaa. Ahkerin kilpailija on selkeästi suunnittelija A, joka on osallistunut yli viiteen kilpailuun. Hänen lisäksi suunnittelija D ja suunnittelija F olivat kummatkin osallistuneet neljään kilpailuun. Loput vastaajista olivat osallistuneet yhden kerran kilpailuihin.

6.2.2 Tiedon kulku

Eniten tietoa eri kilpailuista suunnittelijat olivat saaneet koulun ilmoitustaululta sekä mediasta. Sen lisäksi muutamia mainintoja olivat saaneet opettajalta kantautuva tieto sekä ystäviltä saadut maininnat. Suunnittelija A oli myös maininnut, että hänet oli kutsuttu NICE Fashion Summit Copenhagen 2009 -kilpailuun järjestäjän toimesta. Yksikään vastaajista ei maininnut, että he olisivat kuulleet kilpailuista koulutovereiltaan. Tämä osoittaa selkeästi sen, kuinka tärkeää kouluissa on ilmoittaa erilaisista kilpailuista tai muista alaan liittyvistä tapahtumista siihen varatulla ilmoituspaikalla. Ilmoitustaulun lisäksi opettajilta saatu henkilökohtainen tieto oli suhteellisen vahvasti esillä. Tämä osoittaa sen, että opettajien kiinnostus ja kannustus ovat vahvassa asemassa niille henkilöille, jotka pohtivat kilpailuihin osallistumista.

Pidin mielenkiintoisena mediasta saatua tietoa. Ilmeisesti tällä tarkoitetaan pääasiassa sähköistä mediaa. Tässä kohtaa kysymystä olisi pitänyt tarkentaa vielä, jotta olisin saanut selville tarkemmin, mitä mediaa suunnittelijat olivat tarkoittaneet. Mutta miksi oppilaat eivät kuitenkaan jaa keskenään tietoa? Onko kyseessä kilpailuvietti, minkä takia ei haluta muiden tietävän jostain kilpailusta? Toisaalta voi olla, että kaikilla oppilailla on käytössään samat tiedot kilpailuista, jolloin uutta tietoa ei pääse syntymään.

6.2.3 Kilpailun taustojen selvittäminen

Suunnittelijat ottivat selvää heitä kiinnostavan kilpailun taustoista hyvin ristiriitaisesti, osa otti selvää hyvin paljon, osa vähän ja osa ei laisinkaan. Edellisten vuosien voittajista otettiin selvää vähän tai ei laisinkaan, ainoastaan yksi vastaajista ilmoitti ottaneensa selvää hyvin paljon. Nämä vastaukset ovat hyvin samantyyppisiä oman kokemukseni kanssa, sillä en itsekään ottanut asioista paljoakaan selvää ennen kuin kilpailuihin osallistuin. Taustojen ja lähtökohtien selvittämisestä on varmasti paljon hyötyäkin, jokainen kilpailu on kuitenkin profiililtaan erilainen ja he hakevat eri asioita. Samalla edellisten vuosien voittajien tutkiminen voi paljastaa monia asioita siitä, millaiset luomukset ovat kilpailussa pärjänneet. En tarkoita sitä, että näitä tulisi kuitenkaan kopioida, mutta niistä voi ottaa opiksi. Vaikka vastaajat eivät olleetkaan ottaneet selvää taustoista, he ovat silti pärjänneet erittäin hyvin erilaisissa kilpailuissa, joten taustojen selvittämättä jättämisestä ei voida pitää kovinkaan haittaavana tekijänä.

6.2.4 Kustannukset

Mallistojen kustannukset olivat olleet 200-2000 euron välillä. Kustannusten skaala on hyvin laaja, mikä johtuu osaltaan mallistojen laajuudesta. Kuten suunnittelija A oli maininnut, mallistot ovat voineet käsittää vain kaksi asukokonaisuutta tai enimmillään jopa 16 asukokonaisuutta. Tämä vaikuttaa suuresti siihen, millaiset kustannukset tulevat olemaan jo pelkästään materiaalien osalta. Lähes kaikki suunnittelijat olivat kustantaneet mallistonsa itse ja vain yksi vastaaja oli maininnut yrityksen sponsoroineen mallistonsa kustannukset. Mielenkiintoista on se, että kukaan vastaajista ei maininnut koulunsa osallistuneen malliston kustannuksiin millään tavalla.

6.2.5 Ajan käyttäminen

Halusin myös selvittää, kuinka kauan suunnittelijat käyttivät keskimäärin mallistojensa tekemiseen. Kysymys on erittäin haastava, sillä aikaan vaikuttaa erittäin moni muuttuja, kuten esimerkiksi kuinka laaja mallisto on kyseessä tai miten monimutkaisia malleja mallisto pitää sisällään. Jaottelin kysymykset eri tuntimääriin ja vastaukset vaihtelivat 40- ja yli 320 tunnin välillä. Normaali työviikko on 40 tuntia, joten voimme päätellä, että pienen malliston valmistamiseen (kaavoitus, ompelu) menee noin viikko. Laajemmat mallistot voivat viedä yli 320 tuntia, joka vastaa yli 8;aa viikkoa. Suurin osa vastauksista sijoittui kuitenkin 80-160 tunnin välille, joka on noin 2-4 viikkoa tehokasta työaikaa. Mallistojen rakentaminen vie suhteellisen paljon aikaa, suunnittelijan tulisi ottaa tämä huomioon. Opiskelijaa voi helpottaa se, jos malliston rakentamiseen käytetyn ajan pystyy hyödyntämään opiskeluissaan.

6.2.6 Konkreettiset hyödyt

Millä tavoin kilpailut olivat konkreettisesti hyödyttäneet suunnittelijoita? Lähes kaikki suunnittelijat vastasivat, että kilpailuihin osallistuminen on hyödyttänyt heidän uraansa. Suunnittelijat ilmoittivat, että he ovat saaneet uusia työtarjouksia sekä lisää mielenkiintoisia projekteja. Sen lisäksi lähes kaikki olivat vastanneet, että heidän motivaationsa oli parantunut sekä, että he olivat saaneet voittojensa myötä rahallista hyötyä. Kaikki suunnittelijat olivat myös saaneet paljon tai erittäin paljon kokemusta, mitä voidaan pitää hyvin tärkeänä asiana.

Yllättäen vähiten vastauksia keräsi medianäkyvyyden parantuminen. Suurin osa suunnittelijoista oli saanut paljon medianäkyvyyttä, osa vain vähän. Mielenkiintoista on kuitenkin se, että vain suunnittelija B ilmoitti hyödyntäneensä paljon saamaansa medianäkyvyyttä. Muut suunnittelijat olivat hyödyntäneet medianäkyvyyttä vähän tai eivät lainkaan. Liittykö tämä siihen kuuluisaan suomalaiseen vaatimattomuuteen vai osoittaako tämä sen, että suomalaisilta suunnittelijoilta puuttuu taitoja mediapelin hyödyntämisessä? Tilannetta voitaisiin parantaa koulutuksella, joka aloitettaisiin jo opiskelun aikana. Miten markkinoin tai edustan itseäni sekä miten toimin mediassa. Nämä ovat kaikki sellaisia asioita joihin suunnittelija voi törmätä osallistuessaan kilpailuihin. Kysely on osoittanut selkeän puutteen, joka on kuitenkin helposti korjattavissa.

6.2.7 Motiivit

Kysyin myös suunnittelijoilta, mitkä olivat olleet heidän tärkeimmät motiivinsa kilpailuihin osallistumiseen. Ehdottomasti tärkein vastaus oli uusien kontaktien saaminen, jonka kaikki vastaajat olivat maininneet. Suunnittelukilpailut mahdollistavat yleensä uusien ihmisten ja alan ammattilaisten tapaamisen. Tämä voi kantaa hedelmää myöhemmässä vaiheessa. Varsinkin Suomessa, jossa piirit ovat kuitenkin suhteellisen pienet, kontaktien saaminen voi osoittautua erittäin hyödylliseksi.

Seuraavaksi eniten mainintoja sai uusien työtarjousten saaminen. Tätä voidaan pitää merkittävänä ja motivoivana asiana. Sillä kuten edellisessä kappaleessa mainitsin, lähes kaikki suunnittelijat olivat saaneet uusia työtarjouksia kilpailujen jälkeen. Muutamia mainintoja oli saanut myös medianäkyvyyden saaminen. Kuitenkin voimme vastausten perusteella päätellä, että sillä ei ole merkittävää vaikutusta kilpailuihin osallistumisen kannalta. Yksittäisiä mainintoja olivat saaneet portfoliomateriaalin hankkiminen, palkinnot sekä kansainvälisen kokemuksen saaminen. Kukaan suunnittelijoista ei ollut kuitenkaan maininnut motiivikseen koulun toiveen, ystävien toiveen tai yllättäen julkisuuden.

Vastauksista käy ilmi, että vaikka suunnittelijat toivovat medianäkyvyyttä, he eivät kuitenkaan toivo tietynlaista julkisuutta. Tarkoittaako tämä esimerkiksi keltaisen lehdistön välttelyä vai sitä, että suunnittelijat haluavat tulla tunnetuksi tekemänsä työnsä kautta eikä toisin päin. Tämä kertoo mielestäni hyvinkin terveestä tavasta suhtautua mediaan, mikä on mielestäni erittäin kunnioitettavaa aikakautena, jolloin julkkista pidetään jo toiveammattina nuorison keskuudessa. (Nousiainen, Harri 12.3.2010.; Tampereen yliopisto 2008.)

Vastauksista paljastui vielä yksi mielenkiintoinen ja ehkä myös hieman huolestuttava asia. Kysyin suunnittelijoilta saivatko he tukea omalta oppilaitokseltaan. Neljä viidestä kertoi saaneensa vain vähän tukea. Ainoastaan suunnittelija F kertoi saaneensa paljon tukea omalta oppilaitokseltaan. En kysynyt erikseen, mitä he tarkoittivat tällä tuella, mutta luulen sen olevan ennen kaikkea töiden arviointia sekä tutorointia.

6.3 Vaatetusalan ammattilaiset

6.3.1 Taustatiedot

Lähetin kyselyn vaatetusalan ammattilaisille. Ryhmä koostui suunnittelijoista, sisäänos-tajista sekä pr-yrityksen työntekijöistä. Yritykset, joihin kyselyn lähetin ovat keskikokoi-sia tai suuria. Niihin lukeutuivat muun muassa Seppälä, Stockmann, PR-toimisto Spalt sekä PR-toimisto Marsaana. Tavoitteenani oli valita suhteellisen laaja sekä kattava otos erilaisia yrityksiä. Kysymykset olivat suhteellisen samoja, jotka lähetin median edustajil-le. Kysymyksillä selvitin, kuinka paljon he seuraavat kilpailuja, mitä kilpailuja sekä ketkä kilpailijat tai suunnittelijat ovat jääneet heidän mieleensä. Lisäksi halusin tietää ammat-tilaisten mielipiteitä kilpailujen vaikutuksesta suunnittelijoiden uraan ja mitä haittaa tai hyötyä kilpailuista voi olla. Kyselyyni vastasi kaikkiaan kolme alan ammattilaista.

6.3.2 Julkisuus

Kaikki vastaajat ilmoittivat, että he seuraavat kilpailuja hyvin paljon. Tämä antaa viittei-tä siihen, että alan ammattilaisia kiinnostavat sekä kotimainen, että kansainvälinen kilpailumenestys. Kilpailuissa olevia suunnittelijoita seurataan mediasta ja heidän ni-mensä laitetaan muistiin.

”Suunnittelija erottuu muista paremmin ja on mediaseksikäs.”
Ammattilainen B

Kilpailuihin osallistuvien suunnittelijoiden tulisi kuitenkin huomioida, millaisen kuvan he antavat itsestään mediassa. Tässä asiassa peräänkuulutetaan koulutusta siitä, miten mediassa tulisi toimia, miten kilpailija esimerkiksi markkinoi itseään.

”jos olet onnistunut näyttämään kykysi ja onnistunut esiintymään ammattimai-sesti, vaikutus on positiivinen. Negatiivinen kuva syntyy myös helposti, erityisesti TV:n välityksellä saattaa jokin asia näyttäytyä väärässä valossa ja henkilökuva muodostua vääräksi.” Ammattilainen C

Ammattilaisten mielestä saatua medianäkyvyyttä voidaan hyödyntää mm. CV:n kokoa-misessa, markkinoinnissa sekä tiedottamisesta medialle. Tällä voidaan tarkoittaa esi-merkiksi sitä miten opiskelijan koulun viestintäosasto tiedottaa tai mainostaa omaa kilpailijaansa tai sitä, että kilpailija itse tiedottaa omasta saavutuksestaan eri medioille. En usko, että siitä on mitään vahinkoa, jos kilpailija yrittää itse saada järjestettyä haas-tatteluita eri lehtiin. Mielestäni tätä kutsutaan oma-aloitteisuudeksi ja yritteliäisyydeksi.

On turha odottaa, että haastattelupyyntöjä tulee eteen hopeavadilla, miksi ei itse ottaisi ohjia käsiinsä? Tässä tulisi huomioida se, miten tämän asian tekee. Ei ole suunnittelijan edun mukaista antaa itsestään negatiivista kuvaa.

6.3.3 Näkyvyys ja vaikutukset urakehitykselle

Halusin tietää, millaisia kilpailuja ammattilaiset arvostavat. Perinteisesti järjestetyt kilpailut ovat yleensä osana vaatetusalan tapahtumia. Näitä voivat olla muun muassa messut, gaalat tai erikseen järjestetyt tilaisuudet, joista voimme luehdista tai Internetistä. Perinteisesti järjestettyjen kilpailuiden lisäksi järjestetään viihdeohjelmia, joita voisimme kutsua myös sanoilla tosi-TV. Suurta huomiota viime aikoina on saanut Suomen Muodin huipulle -sarja, jota esitettiin syksyllä 2009. Formaateina nämä ovat täysin erilaisia, mutta uskon, että TV-sarja saa paremmin ja laajemmin näkyvyyttä. Tämä aihe jakoi ammattilaisten mielipiteet. Ammattilainen A on sitä mieltä, että hän arvostaa enemmän perinteisesti järjestettyjä kilpailuita. Ammattilainen B puolestaan arvostaa televisioituja kilpailuja enemmän. Ainoastaan ammattilainen C on sitä mieltä, että molemmat formaatit ovat yhtä arvostettuja. Tämä on selkeästi mielipidekysymys, mutta antaa mielenkiintoisen kuvan siitä, millaisia kilpailuja ammattilaiset seuraavat tai arvostavat.

Enemmistö ammattilaisista on sitä mieltä, että kilpailijat saavat paljon medianäkyvyyttä. Yhtä suuri enemmistö on kuitenkin sitä mieltä, että kilpailijat eivät osaa hyödyntää saamansa julkisuutta tarpeeksi. Mutta millaiset vaikutukset kilpailuilla on urakehityksen kannalta? Enemmistö ammattilaisista on sitä mieltä, että kilpailuilla ei ole suurta merkitystä urakehityksen kannalta. En kysynyt kyselyssä tarkennuksia siihen, miksi he olivat asiasta tätä mieltä. Viitteitä on kuitenkin vahvasti siihen suuntaan, että alan ammattilaisten mielestä pelkästään kilpailujen tuomalla näkyvyydellä suunnittelija ei voi rakentaa menestyksestä uraa. Suunnittelijat eivät myöskään välttämättä edes tarvitse julkisuutta menestyäkseen omalla alallaan. Suunnittelijan urakehitykseen vaikuttaa myös suunnittelijan oma ahkeruus sekä motivaatio menestyä valitsemallaan tiellä.

6.3.4 Kilpailijat ja kilpailut

Pidin itse mielenkiintoisena tietona sitä, minkälaiset kilpailijat jäävät ammattilaisten mieleen, mikä tekee heistä muistettavia. Kyselylomakkeessani kysyttiin viiden parhaiten mieleen jäänyttä kilpailijaa tai suunnittelijaa. Ajattelin, tämäkin määrä olisi liikaa, sillä en uskonut nimien jäävän mieleen kovinkaan helposti. Vastaukset osoittivat epäilykseni kuitenkin turhiksi. Eniten mainintoja saivat Antti Asplund, Katri Niskanen sekä Jarno Viitala. Näiden lisäksi yksittäisiä ääniä saivat muun muassa Saara Lepokorpi, Heidi-Marika Urpalainen sekä Mert Otsamo. Mielenkiintoiseksi asian tekee se, että neljä mainituista suunnittelijoista on osallistunut Suomen muodin huipulle TV-ohjelmaan. Tämä osoittaa sen, että televisioituilla kilpailuilla on paljon laajempi ja äänekkäämpi medianäkyvyys. Toisaalta Suomen muodin huipulle -sarjaa on esitetty viime vuoden aikana ja tähän sarjaan saadaan jatkoa keväällä 2011. Tämä on varmasti auttanut pitämään tiettyjen kilpailijoiden nimet huulilla koko vuoden. (MTV3 2009.)

Suurin osa ammattilaisista perusteli valitsemansa kilpailijat sillä perusteella, että he ovat karismaattisia ja persoonallisia. Nämä kilpailijat osaavat hyödyntää mediaa sekä heidän mallistonsa ovat olleet innovatiivisia. Ammattilainen A perusteli valintansa kuitenkin hieman eri tavalla. Hänen mielestään vahvimpina tekijöinä ovat olleet kilpailijoiden taidot sekä vahva ja innovatiivinen mallisto. Ammattilainen A on selkeästi painottanut enemmän osaamista kuin muita avuja. Vastausten perusteella on kuitenkin tärkeä huomata, miten kilpailija edustaa itseään. Oman persoonan esiintuomisella on positiivisia vaikutuksia siihen, että kilpailija muistetaan. Vahvat persoonat jäävät helposti mieleen, mutta sillä voi olla myös negatiivisia vaikutuksia. Kuitenkin persoonan taakse tarvitaan osaamista ja ammattitaitoa. Pelkällä liimalla ja saksilla ei pitkälle pötkitä.

Ammattilaiset ovat sitä mieltä, että tärkeimmät kotimaiset kilpailut ovat Vuoden Nuori Suunnittelija sekä Suomen muodin huipulle. Yksittäiset maininnat saivat myös NRJ Fashion Awards sekä Vuoden Laukku/Kenkäsuunnittelija -kilpailu. Oli hyvin mielenkiintoista huomata, että vaikka NRJ Fashion Awards -kilpailusta pidetään mediassa hyvin paljon ääntä, sitä eivät ammattilaiset kuitenkaan arvosta samalla tavalla kuin esimerkiksi Vuoden Nuori Suunnittelija -kilpailua. Voisiko tämä johtua esimerkiksi siitä, millä tavalla nämä kaksi eri kilpailua on järjestetty? Toinen on hyvin mediakeskeinen ja toinen ehkä hieman arvokkaammin järjestetty kilpailu. Yllätyin myös Suomen muodin huipulle -sarjan saamasta kannatuksesta, mutta toisaalta sen tuoma medianäkyvyys on

kiistaton. Ohjelmaa voidaan pitää suurena ponnahduslautana suunnittelijalle, mutta formaattina se luo myös suurempia haasteita kilpailuun osallistuvan henkilön kohdalla.

Kansainvälisten kilpailujen äänet jakautuivat huomattavasti laajemmalle. Eniten ääniä saivat Mittelmoda The Fashion Award sekä Fashioning the Future -kilpailu. Näiden kilpailujen lisäksi yksittäisiä mainintoja saivat ITS# Fashion, The Remix competition, The New Designers Fashion Grand Prix sekä The Designers Nest Competition. Kansainvälisiä kilpailuja on erittäin paljon, joten äänten jakautuminen ei ollut yllättävää. Eniten ääniä saaneet kilpailut ovat olleet olemassa jo vuosia, joten niillä on vahvat perinteet sekä asemat muodin maailmassa.

Kansainvälisiä kilpailuja on niin paljon, että niiden seuraaminen on erittäin haasteellista. Joistain kilpailuista ei tiedetä ollenkaan, vaikka niihin osallistuukin suomalaisia suunnittelijoita. Hyvä esimerkki tästä on Hempel Award, joka ei saanut ainoatakaan ääntä. Silti kyseiseen kilpailuun on osallistunut ainakin yksi suomalainen, joka vuosi kolmen viime vuoden aikana. Onkin tärkeää, että myös kilpailijat osallistuvat itse tiedottamaan kilpailukokemuksistaan, jotta myös kotimainen media pysyy ajan tasalla.

6.3.5 Haitat ja hyödyt

Ammattilaiset ovat selkeästi sitä mieltä, että kilpailuista on hyötyä suunnittelijoille. Se, mikä ratkaisee saadun hyödyn on käytännössä suunnittelija itse. Tässä asiassa vaikuttaa hyvinkin paljon se, miten mahdollisen julkisuuden kanssa toimitaan ja miten siitä selviydytään. Suunnittelijan tulisi esiintyä julkisuudessa niin, ettei hän antaisi itsestään väärää vaikutelmaa. Se voi pahimmassa tapauksessa vaikeuttaa uusien työtilaisuuksien saamista. Asioiden eteen täytyy tehdä paljon töitä, varsinkin näin kilpaillulla ammattialalla. Kilpailut voivat avata uusia ovia, mutta silti työharjoittelun tärkeyttä sekä ahkeruutta painotettiin varmemmaksi tavaksi työllistyä.

”Suunnittelijalle voi tulla epärealistinen kuva alasta/menestyksestä. Suunnittelijan jokainen työ on ”näytön paikka”, joten laakereilleen ei voi jäädä hetkeksikään.”
Ammattilainen C

Ammattilaisten mielestä kilpailut ovat myös erinomainen tapa kehittää itseään sekä omia taitojaan. Varsinkin kansainvälisistä kilpailuista saa arvokasta kokemusta, josta voi olla tulevaisuudessa paljonkin hyötyä. Sen lisäksi kilpailut antavat erinomaisen mahdollisuuden toteuttaa itseään ja omia visioitaan, yleensä välittämättä minkäänlai-

sista kaupallisista velvoitteista. Tämä taas antaa motivaatiota sekä inspiraatiota tulevaisuutta varten.

Ammattilainen C painottaa vastauksissaan sitä, että kilpailuihin osallistuvan suunnittelijan on tärkeää tietää omat resurssinsa sekä paineen- ja stressinsietokykynsä ennen kilpailuihin osallistumista. Jos suunnittelija voittaa kilpailun, hän saattaa törmätä ennalta-arvaamattoman voimakkaaseen mediamyllytykseen. Se voi olla liikaa niille, jotka eivät ole julkisuuteen kunnolla valmistautuneet.

6.4 Median edustajat

6.4.1 Taustatietoa

Median edustajilta sain vain yhden vastauksen lähettämäni kyselyyn, joten tässä osiossa mainitut asiat ovat vain suuntaa antavia. Median edustaja A on töissä PR-yrityksessä, joka vastaa myös monen suomalaisen suunnittelijan edustamisesta. Heti ensimmäiseksi kävi suureksi yllätykseksi ilmi, että median edustaja A ei seurannut laisinkaan vaatesuunnittelukilpailuja. Kyseenalaistan hieman tätä vastausta, sillä hän on kuitenkin vastannut kaikkiin kysymyksiin. Johtopäätökseni on, että median edustaja A ei seuraa aktiivisesti kilpailuja. Hän saa kuitenkin tietoa ammattinsa puolesta, työskennellessä muodin parissa. Tätä väittämäni vahvistaa myös median edustaja A:n vastaus, jossa hän kertoo arvostavansa perinteisiä kilpailuja enemmän kuin televisioituja kilpailuja.

6.4.2 Julkisuus

Pidin erittäin tärkeänä näkökulmana sitä, mitä itse median edustajat ajattelevat kilpailuista syntyvästä mediapelistä tai julkisuudesta. Vastaajan mielestä suunnittelijat osaa- vat hyödyntää kilpailujen tuomaa julkisuutta vain vähän. Tähän vastaukseen en saanut valitettavasti lisäystä siitä, miten julkisuutta voisi hyödyntää paremmin. Tämä kuitenkin vahvistaa omia käsityksiäni siitä, että kilpailuun osallistuvien suunnittelijoiden tulisi valmistautua huomattavasti paremmin mahdolliseen julkisuuteen sekä laatia itselleen jonkinlainen suunnitelma siitä, miten hänen itsensä tulisi edetä. Tässä näkyy myös mielestäni se, että koulussa annettavalla mediakoulutuksella olisi varmasti erittäin paljon

hyötyä. Vastauksissa oli mainittu myös erittäin mielenkiintoinen asia, jota en itsekään ole tullut aiemmin ajatelleeksi.

”Opiskelija ei tarvitse medianäkyvyyttä. Se hyödyttää vasta sitten kun mallisto on jo tuotannossa ja ihmiset voivat ostaa sitä” Median edustaja A

Aloin pohtia medianäkyvyyden vaikutusta opiskelijoihin entistä enemmän. Pitää paikkansa, että suurimmalla osalla opiskelijoista ei ole opiskeluvaiheessa omaa mallistoaan, jota myydä tai markkinoida. Tarkoittaako tämä sitä, että ”kaikki julkisuus on hyvää julkisuutta”, malli ei olekaan hyvästä? Uskon, että tämä mielipide pitää enemmän paikkansa aloittelevan opiskelijan kohdalla. Jos mietimme asiaa esimerkiksi valmistuvan opiskelijan kannalta, niin kyseessä on myös itsensä markkinointi työmaailmaa varten. Tämä kommentti muutti kuitenkin käsitystäni median suhteesta vaatetusalan opiskelijoihin, mitä pidän pelkästään hyvänä asiana.

6.4.3 Mieleenpainuvimmat kilpailijat

Kysyin myös, ketkä suunnittelijat ovat jääneet mieleen parhaiten menestyneinä kilpailuissa ja miksi? Tämän halusin tietää sen takia, jolloin saisin osviittaa siihen, millaisia suunnittelijoita median edustajat seuraavat ja miksi. Pidän myös mielenkiintoisena sitä, muistetaanko edellisten vuosien kilpailijoita. Median edustaja A oli maininnut ainoana vastauksenaan Laitinen, jolla ilmeisesti tarkoitetaan sisaruspari Tuomas ja Anna Laitista. Tuomas Laitinen on myös Taideteollisen korkeakoulun vaatetussuunnittelun lehtori. Perusteluina juuri Laitisen valintaan mieleenpainuvimpana kilpailijana olivat taidot, vahva mallisto ja innovatiivisuus. Kuitenkaan karisman tai persoonan vuoksi Laitinen-sisarusduo ei ollut jäänyt mieleen. (Lehtinen, Heini 2010.)

6.4.4 Kilpailut

Mitkä kotimaiset sekä kansainväliset kilpailut ovat medioiden mielestä tärkeimmässä asemassa? Vastaja ei osannut vastata siihen, mitkä ovat tärkeimmät kotimaiset kilpailut, mutta kansainvälisistä kilpailuista hän oli maininnut Hyères International Fashion and Photography Festival -tapahtuman, jonka osana järjestetään suunnittelukilpailu. Kilpailu järjestettiin 25 kerran vuonna 2010. Laitinen -duo voitti kyseisen kilpailun Hyèresin festivaaleilla vuonna 2006. (Associaton villa Noailles FIAMH 2010; FTAPE 2010.)

6.4.5 Vaikutukset uraan

Tärkeimpinä vastauksina pidin kuitenkin sitä, millä tavalla media yhdistää kilpailut ja uran tai urasuunnittelun.

”Suunnittelijan kannattaa osallistua kilpailuihin, jonka profiili (tuomarit, aiemmat voittajat) sopii hänen mallistoonsa. Sieltä saattaa saada siten sopivia kontakteja.”
Median edustaja A

Median edustaja A:n mielestä kilpailuihin osallistuminen hyödyntää suunnittelijan uraa paljon. Tämä on johdonmukaista edellisten ryhmien vastausten kanssa. Kuitenkin hie-
man ristiriitaisesti hän toteaa seuraavassa kysymyksessä, että kilpailuista on hyötyä urakehitykselle vain vähän. Luultavasti kysymyksenasetteluni oli johtanut vastaajaa harhaan. Tarkoittaako vastaaja, että kilpailut hyödyntävät suunnittelijan uraa paljon hetkellisesti, mutta eivät pitkän ajan tähtäimellä? Suunnittelija ei siis voi tuudittautua kilpailujen tuomaan nosteeseen pitkän ajan urakehityksen kannalta, vaan sen eteen on tehtävä paljon töitä.

6.5 Koulut

6.5.1 Taustatietoa

Lähetin kyselyni Taideteolliseen korkeakouluun sekä kuuteen ammattikorkeakouluun, joissa opetetaan vaatetussuunnittelua tai muotoilua. Kyselyyni vastasivat edustajat Metropolia ammattikorkeakoulusta ja Turun ammattikorkeakoulusta. Koulujen edustaji-
en vastauksista huokui selkeää positiivisuutta kilpailuja ja kilpailijoita kohtaan. Koulut haluavat ehdottomasti parantaa oppilaiden osallistumista vaatetusalan kilpailuihin. Vas-
tauksista käy ilmi, että suurin syy tähän on opiskelijoiden motivaation lisääminen sekä uusien kokemusten saaminen.

”Onnistumisesta saa lisää puhtia opiskeluun ja motivaatiota työskennellä alalla.”
Koulun edustaja B

”Kaikista uusista projekteista voi oppia paljon, vaikkei aina pärjäisikään. Haluaisin kannustaa osallistumiseen ja oman vastarinnan ja henkisen passivoitumisen voit-
tamiseen! ” Koulun edustaja A

Tämän lisäksi kilpailuihin osallistuvat opiskelijat nostattavat koulun ja varsinkin oman osastonsa yhteishenkeä sekä synnyttävät keskustelua. Kilpailuihin osallistuminen kertoo myös kyvystä tehdä töitä sekä päätöksiä itsenäisesti. Silloin käytössä on kaikki aiemmin opittu, jonka soveltaminen käytäntöön on kilpailijan tehtävä. Molempien koulujen mie-

lestä itse oppilaitoksen sijainnilla ei ole mitään merkitystä kilpailuihin osallistuttaessa. Tämä kysymys voi vaikuttaa hieman toisarvoiselta, mutta selkeästi suurin osa voittajista on kuitenkin tullut Etelä-Suomessa sijaitsevista oppilaitoksista.

6.5.2 Koulujen tuki

Millaista tukea opiskelijat saavat omasta oppilaitoksestaan? Koulut kertovat kannustavansa opiskelijoita osallistumaan kilpailuihin paljon tai hyvin paljon. Koulut kertovat osallistuvansa kilpailuista aiheutuneisiin kustannuksiin, mutta kyse on kuitenkin vähäisistä summista. Kumpikin kouluista järjestää tarvittaessa hieman tutorointia. Koulujen toiveena oli, että opiskelijat osaisivat tutorointia myös pyytää rohkeammin. Koulut pysyvät tiedottamaan erilaisista kilpailuista tehokkaasti ja niin ne tekevätkin. Molemmat koulut vastasivat, että he tiedottavat joko paljon tai hyvin paljon kilpailuista oppilaille. En kysynyt erikseen, millä tavoin oppilaitokset tätä tiedotusta harjoittavat. Käsitykseni mukaan tehokkain tapa on ollut ilmoitustaulu tai sähköposti. Oppilaitokset ovat ilmaisseet selkeästi, että he tarjoavat opiskelijoille tukea ja rohkaisua. Kuitenkin suunnittelijat olivat sitä mieltä, että he olivat saaneet vain vähän tukea. Vaikuttaa siltä, että henkilökunnan ja opiskelijoiden välillä on ongelmia viestinnässä ja kommunikoinnissa.

6.5.3 Koulujen menestys kilpailuissa

Halusin tietää, ovatko koulut itse tietoisia siitä, miten heidän opiskelijansa menestyvät erilaisissa kilpailuissa. Kysyin kouluilta, ovatko heidän opiskelijansa menestyneet kilpailuissa. Kyselyyn vastanneet koulut ilmoittivat, että heidän opiskelijansa ovat menestyneet kilpailuissa paljon tai hyvin paljon. Tämä on kuitenkin ristiriidassa kilpailujen voittaneiden suunnittelijoiden koulutustaustojen kanssa. Tämä ilmenee vertailemalla kouluja kuviossa 1. Kyseisessä vertailussa ovat mukana vain tiettyjen kilpailujen voittajat, mutta se antaa mielestäni hyvän viitteen koulutustaustasta.

Vaikuttiko koulujen antamiin vastauksiin oma kysymyksenasetteluni? Näin jällenpäin ajatellen olisin voinut muotoilla kysymyksen huomattavasti tarkemmaksi. Tarkoitukseni oli kuitenkin selvittää, kuinka paljon kyseisten koulujen opiskelijat ovat voittaneet kilpailuissa. Nyt kysymyksen voi ymmärtää helposti myös niin, että kaikki kilpailuissa ol-

leet tai sijoituksille päässeet opiskelijat ovat mukana. Tällöin vastaukset voidaan tulkita monella eri tavalla.

Tulkitsen vastaukset nyt kuitenkin niin, että koulujen mielestä heidän oppilaansa ovat voittaneet kilpailuja paljon tai hyvin paljon. Otannassa mukana olevat kilpailut osoittavat asian kuitenkin päinvastaiseksi, sillä molemmilla vastanneilla kouluilla voittajia löytyi yksi kappale. Voidaanko nämä vastaukset ymmärtää erilaisella ajattelutavalla vai voisiko kyseessä olla täysin väärät olettamukset koulujen sisäisessä tiedonkulussa? Ovatko koulut kuitenkin täysin selvillä opiskelijoidensa kilpailukokemuksista ja menestyksestä mahdollisista voitoista puhumattakaan? Mielestäni tämä on erittäin tärkeä ja huomion-arvoinen asia, joka tulisi jokaisen koulun selvittää. Tämä osoittaa selkeästi sen, että joko kouluilla on väärää informaatiota käytettävissään tai sitten henkilökunta ei ole tietoinen asioiden oikeellisuudesta. Uskon, että tällä voi pidemmällä tähtäimellä olla myös vahingollisia seurauksia koulujen sisäisessä kommunikaatiossa opiskelijoiden kanssa.

6.5.4 Kilpailuista hyötyminen

Oppilaitosten mielestä kilpailuista on hyvin paljon hyötyä opiskelijoiden urakehitykselle. Samalla vastaajat totesivat, että kilpailuihin osallistuminen parantaa opiskelumotivaatiota hyvin paljon. Tämän vuoksi molemmat koulut olivat sitä mieltä, että kilpailuihin osallistuminen vaikuttaa negatiivisesti vain hieman opiskelijoiden jaksamiseen koulussa.

Molemmat koulut hyödyntävät markkinoinnissaan opiskelijoidensa menestymistä erilaisissa kilpailuissa paljon. Kummatkaan kouluista eivät erikseen määritelleet, mitä tällä markkinoinnilla tarkoitetaan. Uskon kyseessä olevan uusien opiskelijoiden hankkimiseksi tarkoitettua viestintää.

”Hakijat tuntevat menestystarinoita” Koulun edustaja B

Koulujen innokkuudella tiedottaa kilpailuissa menestyneistä opiskelijoista medialle on eroja. Toinen oppilaitoksista kertoo ilmoittavansa ahkerasti menestyjistä, kun taas koulun edustaja B kertoo oppilaitoksensa ilmoittavan vain vähän. Täysin samanlaiset vastaukset tulevat esiin myös kysyttäessä, miten koulut ovat osanneet hyötyä opiskelijoiden menestyksestä. Molemmat oppilaitokset myös toteavat, että kilpailuihin osallistuminen hyödyttää koulua paljon tai hyvin paljon.

"Lisää tunnettuutta työnantajien ja tulevien hakijoiden piirissä."
Koulun edustaja A

Tärkeäksi seikaksi näyttää muodostuvan se, miten hyvin koulun oma viestinnän osasto ajaa tiedotusta. Vaatetus suunnittelun osaston henkilökunta sekä oppilaitoksen viestintävastaavat voisivat tehdä nykyistä parempaa yhteistyötä keskenään sekä sopia, millä tavoin viestintää voitaisiin suunnitella tulevien menestysten osalta.

6.5.5 Koulujen tavoitteet

Molemmissa vastanneissa kouluissa kilpailuihin osallistumista voi hyödyntää myös opiskeluissa, joten opiskeluaikaa ei kilpailujen vuoksi tarvitse pidentää. Pääasiassa tämä tarkoittaa sitä, että kilpailut ja niihin käytetyn ajan voi hyväksilukea. Kummassakaan koulussa kilpailuihin osallistuminen ei ole osana opetussuunnitelmaa. En erikseen kysynyt, miksi näin ei ole tai onko siihen esimerkiksi tulossa tulevaisuudessa muutoksia.

Halusin myös tietää, onko kouluilla konkreettisia tavoitteita parantaa opiskelijoiden halukkuutta osallistua kilpailuihin tai muuten kehittää toimintatapojaan tämän asian tiimoilta. Koulu A:lla on tietyt tavoitteet, kuten tiettyihin kilpailuihin osallistuminen vuosittain. Lisäksi tavoitteina ovat opiskelijoiden rohkaisu, motivaation lisääminen ja tiedottamisen parantaminen. Koulu B:llä ei ollut asetettuina mitään selkeitä tavoitteita, mutta selkeästi halua kehittää asioita.

Oppilaitokset myös kertoivat omista kehittämissuunnitelmistaan. Suunnitelmiin sisältyy kaikkein vahvimmin motivaation parantaminen sekä kilpailujen hyödyntäminen entistä paremmin opiskeluissa. Näiden lisäksi ehdotuksia keräsi myös tutoroinnin järjestäminen, tiedonjaon parantaminen sekä rahallisen avun lisääminen. Koulu B tutkii myös kilpailujen lisäämistä opetussuunnitelmaan. Kumpikaan kouluista ei kannattanut kannustinpalkintojen käyttöönottamista, mikä varmasti johtuu koulujen tiukasta budjetista. Mielestäni henkisen tuen antaminen on tärkeää, sille on lisäksi myös tarvetta.

7 Päätelmät

7.1 Pohdinta

Tehdessäni tätä työtä sain vastauksia moniin minua askarruttaneisiin kysymyksiin. Ymmärsin myös, että kaikkiin kysymyksiin ei ole yhtä oikeaa vastausta. Suunnittelijan halut ja tarpeet vaikuttavat muun muassa siihen, miten hänen urakehityksensä tulee rakentumaan. Tämä työ toimii mielestäni erinomaisena johdatuksena vaatesuunnittelukilpailujen maailmaan. Lisäksi työ antaa viitteitä siitä, mitä erilaiset tahot ajattelevat vaatesuunnittelukilpailuista.

Toiveenani on joskus tulevaisuudessa jatkaa tätä työtä laajemmalla tutkimuksella, joka antaisi kattavamman kuvan kilpailuista sekä niihin liittyvistä näkökulmista. Tämän tutkimuksen yhtenä haasteena oli kirjallisen aineiston vaikea saatavuus. Tämä herätti minussa kysymyksiä, onko aiheesta tehty lainkaan tutkimuksia.

Oli haastavaa, mutta mielenkiintoista selvittää kotimaisia vaatesuunnittelukilpailuja sekä kilpailuiden voittajia. Mielenkiintoista oli myös se, että erilaisiin kilpailuihin osallistui samoja henkilöitä vuodesta toiseen. Vaikka voittoa ei olisi tullut jonakin vuonna, siitä lannistumatta osa yritti uudelleen ja uudelleen. Minulle tuli myös yllätyksenä eri kilpailujen voittajien vahva edustus Taideteollisesta korkeakoulusta. Kyseisen koulun opiskelijat ovat voittaneet selkeällä enemmistöllä suurimman osan suomessa järjestettävistä suunnittelukilpailuista.

7.2 Johtopäätökset kilpailuista

Haastavaa oli saada tietoa menneistä kilpailuista. Varsinkin viihdeohjelmiksi luokitellut kilpailut olivat kadottaneet tai korvanneet menneiden vuosien tiedot kilpailuista. Tästä voi päätellä, että viihdeohjelmiksi tarkoitettujen kilpailujen tavoitteena ei ole jättää perinnökseen tietoa. Tarkoituksena näyttäisi olevan uuden viihteen tekeminen, jolla korvataan vanha viihde. Ero suomalaisten ja kansainvälisten kilpailujen välillä on palkintojen arvossa sekä siinä, miten helposti tietoa on saatavilla. Kansainvälisten kilpailujen kotisivut on rakennettu erittäin informatiivisiksi. Kotisivuilla on listattu selkeästi kilpailun tavoitteet, säännöt, historia, palkinnot, järjestäjät ja tuomarit sekä tietoa edellisten vuosien voittajista.

Kyselyistä kävi ilmi, että kilpailuihin osallistuminen on hyödyllistä suunnittelijalle. Kilpailusta saa uusia kontakteja, näkyvyyttä ja kokemuksia. Lisäksi suunnittelija pystyy rakentamaan mielenkiintoisia mallistoja, joita hän ei välttämättä pysty normaaleissa olosuhteissa suunnittelemaan tai toteuttamaan. Suunnittelija saa myös materiaalia omaan portfolioonsa sekä merkinnät ansioluetteloonsa kilpailuihin osallistumisistaan. Suunnittelijan tavoitteet ja toiveet vaikuttavat siihen, miten hän voi hyödyntää kilpailuihin osallistumisiaan tulevaisuudessa.

Pelkkä osallistuminen tai kilpailun voittaminenkaan ei avaa automaattisesti kaikkia maailman ovia. Menestymisen eteen täytyy tehdä töitä ja kilpailut voivat olla yksi osa tätä kokonaisuutta. Joka vuosi palkitaan uusia voittajia ja joka vuosi areenoille astuu uusia suunnittelijoita. Jos haluaa menestyä, ei voi jäädä laakereilleen makaamaan. Kilpailuihin osallistuminen antaa suunnittelijalle uusia kokemuksia ja mahdollisuuden tavata mielenkiintoisia ihmisiä, jotka voivat auttaa suunnittelijan urakehitystä.

Suurena kompastuskivenä näen median hallinnan. Tällä tarkoitan sitä, miten suunnittelija toimii mediassa ja millaisen kuvan hän haluaa antaa itsestään. Näitä asioita ei opeteta ainakaan vertailuun ottamieni koulujen opintosuunnitelmien perusteella (Taideteollinen korkeakoulu, Lahden ammattikorkeakoulu, Metropolia ammattikorkeakoulu). Yleensä kilpailuihin osallistutaan spontaanisti, jolloin suunnitelmallisuus omasta brändistä jää vähäiseksi. Hyvin suuri osa siitä mitä suunnittelijat julkisuudessa sanovat tai miten he esiintyvät, jää bittimaailmaan tai lehtien sivuille. Aina hyvätkään suunnittelijat eivät osaa esiintyä edukseen.

7.3 Suositukset kouluille

Oppilaitosten tulisi lisätä mediakasvatusopintoja. Näin voitaisiin opettaa opiskelijoille, miten he voivat markkinoida itseään ja mallistoaan sekä miten heidän tulisi esiintyä julkisuudessa tai julkisessa tilaisuudessa.

Oppilaitosten kannattaa tiivistää sisäistä yhteistyötään. Kommunikointi opiskelijoiden, opettajien sekä oppilaitosten viestintävastaavien kanssa voi osoittautua erittäin hyödylliseksi. Oppilaitosten tulisikin pohtia, miten markkinoida menestyneitä opiskelijoitaan sekä koulutusalojaan.

Oppilaitosten sisäinen verkostoituminen eri koulutusalojen kesken voi osoittautua erittäin hyödylliseksi, sillä jokaisesta oppilaitoksesta löytyy valtavasti osaamista ja taitoa. Verkostoitumista voi käyttää hyödyksi tulevilla projekteilla. Lisäksi kilpailuun osallistuva opiskelija voi löytää uusia yhteystyökumppaneita koulun sisästä.

Oppilaitosten kannattaisi lisätä resursseja entistä enemmän opiskelijoidensa tukemiseen. Tämä lisäisi yhteenkuuluvuuden tunnetta ja nostaisi osaston yhteishenkeä. Näin opiskelijat tietäisivät, että tukea löytyy tarvittaessa. Vaatesuunnitteluosastot voisivat luoda itselleen tavoitteet, jotka voisivat sisältää muun muassa seuraavia asioita: kilpailumenestyminen ja sen lisääminen, tavoitekilpailut ja niistä aktiivisesti tiedottaminen, koulun antama tuki opiskelijalle, menestymisestä tiedottaminen sekä mahdolliset opetukseen liittyvät asiat.

Kilpailujen lisääminen opetussuunnitelmaan voisi myös olla selvittämisen arvoinen asia. Tämän lisäksi kannattaisi pohtia tutoroinnin järjestämistä, sillä se voisi antaa mielenkiintoisia kokemuksia sekä opiskelijoille että opettajille. Opiskelijoiden olisi syytä tietää, miten kilpailuihin osallistumisen voi hyödyntää mahdollisten korvaavuuksien tai kilpailuista saatavien opintopisteiden osalta.

7.4 Suositukset suunnittelijoille

Ensimmäiseksi suunnittelijan tulisi miettiä, miksi hän haluaa osallistua kyseiseen kilpailuun ja mitkä ovat suunnittelijan omat tavoitteet. Kilpailujen käytännön järjestelyistä ja sisällöistä olisi hyvä ottaa selvää mahdollisimman paljon etukäteen. Kilpailujen ohjeistukset tulisi lukea huolellisesti. Myös edellisten vuosien voittajia sekä heidän voittomallistojaan kannattaa tarkastella. Tällä tavoin voi nähdä, millaiset kokoelmat ovat menestyneet kyseisessä kilpailussa. Edellisten vuosien mallistoja ei tule kuitenkaan kopioida. On hyvä tietää, miten kilpailu on profiloitunut, sillä siitä voi olla apua oman kokoelman suunnittelussa.

Kokoelman valmistamiselle tulisi varata riittävästi aikaa. Näin suunnittelija pystyy reagoimaan yllättäviin tilanteisiin ja muuttamaan suunnitelmia tarvittaessa. Aikataulutus kannattaa suunnitella mahdollisimman hyvin. Kannattaa myös pohtia mahdollisia kom-

pastuskiviä sekä tulevat selviytymisvaihtoehdot valmiiksi. Kuitenkin yllättäviä tilanteita tulee aina vastaan, vaikka niihin olisi yrittänyt varautua etukäteen.

Suunnittelijan kannattaa miettiä budjetti, jolla kustannetaan mallisto ja mahdolliset matkustamiset sekä muut kulut. Muutoin rahaa saattaa kulua yllättävän paljon sellaisiin asioihin, joihin suunnittelija ei ole varautunut. Opiskelijan olisi hyödyllistä neuvotella oman oppilaitoksensa kanssa mahdollisesta avun saamisesta niin rahoituksen kuin käytännön asioidenkin kanssa. Myös kilpailujen hyödyntäminen opiskelujen etenemisen kannalta kannattaa selvittää. Kilpailujen tekijänoikeusasiat tulisi muistaa selvittää. Malliston kuvaaminen ennen kilpailuun osallistumista on järkevää, varsinkin silloin jos mallistoa ei saa takaisin kilpailun jälkeen. Kilpailuorganisaatiolta voi tarvittaessa kysyä lähetävätkö he valokuvia tapahtumasta ja mallistoista osallistujille.

Kilpailuihin osallistuva suunnittelija tulee luultavasti esiintymään julkisuudessa jollakin tavalla. Näin ollen kannattaa miettiä, miten ja minkälaisena henkilönä haluaa esiintyä ja minkälaisen kuvan haluaa antaa mallistostaan sekä mahdollisesti omasta koulustaan tai työpaikastaan. Kilpailujen jälkeen ei kannata jäädä lepäilemään jos haluaa markkinoida aktiivisesti itseään ja mallistoaan. Markkinoinnista ja brändäämisestä löytyy kirjallisuutta, jota suunnittelijat voivat hyödyntää, sillä kilpailuihin osallistuminen on itsensä ja mallistonsa markkinointia ja brändäämistä. Suunnittelijan tulisi olla rohkea ja ennakkoluuloton sekä antaa itselleen luvan mennä täysillä eteenpäin.

7.5 Suositukset ammattilaisille

Ammattilaisten palaute on hyvin tärkeää suunnittelukilpailuihin osallistuville suunnittelijoille. Kilpailijoille tulisi antaa enemmän palautetta heidän mallistoistaan sekä esiintymisestään. Rakentava kommentointi voi auttaa kilpailijoita kasvamaan suunnittelijana sekä ihmisenä. Myös erilaisten suunnittelukilpailuiden tiiviimpi seuraaminen voi tuoda hyviä ideoita ja inspiraatiota. Kilpailut saattavat lisäksi tuoda esille uusia alan osaajia. Kilpailuja järjestävien organisaatioiden kanssa tehtävä yhteistyö voi osoittautua hyvinkin hedelmälliseksi yhteistyötä tekevän yrityksen kanssa. Tällaisesta yhteistyöstä voi saada aikaiseksi hyvinkin mielenkiintoisia projekteja, myös yrityksen näkökulmasta.

”Aiomme jatkaa suunnittelukilpailun järjestämistä, sillä toivomme sitä kautta saavamme myös uutta verta omaan suunnittelutiimiimme.” Seppälän toimitusjohtaja Terhi Okkonen. (Cision 2005a).

Kilpailuista saatava tieto tulisi olla helpommin saatavilla. Kilpailuja järjestävien organisaatioiden olisi hyvä ylläpitää kilpailujen Internet-sivustoja kilpailuiden jälkeenkin. Näin monet kilpailuista ja niiden voittajista kiinnostuneet saisivat enemmän tietoa.

7.6 Loppusanat

Työn edetessä koin vaikeuksia löytää aiheesta tietoa muualta kuin sähköisestä mediasta. Tästä syystä jatkoin tutkimustani pääasiassa Internetissä. Yllätyin siitä, miten vähän aiheesta on kirjoitettu mediassa. Kaikesta huolimatta olen onnistunut tutkielmani tavoitteissa kohtuullisen hyvin.

Kaikki kilpailuihin osallistuvat tarvitsevat paljon rohkeutta sekä intoa toteuttaa itseään. Kilpailut ovat mitä mainioin areena näyttää omaa osaamistaan sekä tuoda esille omia ajatuksiaan. Ne eivät kuitenkaan ole automaattisia menestyksen, maineen ja mammonan tuojia. Kilpailut voivat kuitenkin avata uusia mahdollisuuksia niille, joilla on tilannetajua hyödyntää tilaisuuksia.

Omat kokemukseni ovat olleet positiivisia, varsinkin Hempel Award -kilpailusta. Voin kuvitella, että tulen osallistumaan johonkin kilpailuun vielä tulevaisuudessa. En maineen tai mammonan takia, vaan siksi, että ne tuovat hieman jännitystä elämään. Kilpailuihin osallistuminen voi joskus vaatia osallistujaltaan paljon aikaa, rahaa ja paineensietokykyä. Voin kuitenkin todeta, että osallistuja saa sen kaiken takaisin korkojen kera. Itse olin hermoromahduksen partaalla koottuani viiden iltapuvun malliston käytännössä tyhjästä vajaassa kolmessa viikossa. Nyt voin ainakin todeta, että se on mahdollista.

Lähteet

- Aalto yliopisto, Taideteollinen korkeakoulu 2009. Palkitut. [Verkkodokumentti]
http://www.taik.fi/etusivu/palkitut/siidaa_aberran_voitti_turkiskaupan_liiton_nuorten_suunnittelijoiden_kilpailun.html?show=1 (luettu 24.10.2010.)
- Aalto yliopisto, Taideteollinen korkeakoulu 2010a. Palkitut. [Verkkodokumentti]
http://www.taik.fi/muotoilu/palkitut/siidaa_aberra_toiseksi_milanon_remix_kilpailussa.html?show=1 (luettu 8.11.2010.)
- Aalto yliopisto, Taideteollinen korkeakoulu 2010b. Tarinoita opiskelijoilta. [Verkkodokumentti]
http://www.taik.fi/opiskelu/haku_opiskelijaksi/tarinoita_taikista/tarinoita_opiskelijoilta.html (luettu 20.10.2010.)
- Aalto-yliopisto, Taideteollinen korkeakoulu 2010c. [Verkkodokumentti, pdf]
http://www.taik.fi/images/stories/Muotoilu/Tekstiili_ja_vaatesuunnittelu/taulukko_ovaatetus2009.pdf (luettu 13.12.2010.)
- Aamulehti 2010. Palkitut vuoden nuori suunnittelijat. [Verkkodokumentti]
<http://www2.aamulehti.fi/teema/muoti/palkitut-vuoden-nuoret-suunnittelijat/17583> (luettu 19.10.2010.)
- Aller Media Oy 2006. Sarjaopas, S-Style. [Verkkodokumentti]
<http://www.telvis.fi/sarjaopas/sarjat/2430/sstyle/> (luettu 24.10.2010.)
- Aller Media Oy 2010. Mediaopas, Elle. [Verkkodokumentti]
<http://www.aller.fi/media/elle/> (luettu 21.12.2010.)
- Associaton villa Noailles FIAMH 2010. Hyères 2011, 26th International Festival of Fashion and Photography. [Verkkodokumentti, pdf] http://www.villanoailles-hyeres.com/concours/HYERES_2011_REGLEMENTS_PHOTO_ENG.pdf (luettu 20.12.2010.)
- Bonnier Publications Oy 2010. Mediamyynti, Olivia. [Verkkodokumentti]
<http://www.bonnier.fi/mediamyynti/lehtien-mediatiedot/olivia/hinnat-ja-mainoskoot> (luettu 28.12.2010.)
- Centre For Sustainable Fashion at London College of Fashion 2009. [Verkkodokumentti]
<http://www.sustainable-fashion.com/> (luettu 8.11.2010.)
- China Apparel 2009. Hempel Award the 17th International China Young Fashion Designers Contest. [Verkkodokumentti]
<http://www.chinaapparel.net/news/2009/2009-03-25/18807.shtml> (luettu 1.11.2010.)

- Cision 2010a. Lehdistötiedotteet, Seppälä. [Verkkodokumentti]
<http://www.cisionwire.fi/seppala/lehdistotiedotteet/> (luettu 24.10.2010.)
- Cision 2010b. Lehdistötiedotteet, turkistuottajat. [Verkkodokumentti]
<http://www.cisionwire.fi/turkistuottajat/lehdistotiedotteet/> (luettu 24.10.2010.)
- Cision 2005a. Lehdistötiedotteet, Seppälä. [Verkkodokumentti]
<http://www.cisionwire.fi/seppala/seppalan-s-style-vaatesuunnittelukilpailun-tulokset-ovat-ratkenneet-2> (luettu 30.1.2011.)
- Cision 2005b. Lehdistötiedotteet, Seppälä. [Verkkodokumentti]
<http://www.cisionwire.fi/seppala/seppalan-s-style-vaatesuunnittelukilpailu-poiki-tyosopimuksen> (luettu 30.1.2011.)
- Cosmopolitan 2009. [Verkkodokumentti] <http://www.cosmopolitan.fi/cosmo-nyt/uutiset/muoti/art694-Vuoden-laukkusuunnittelija-2009.html> (luettu 20.10.2010.)
- CPH Vision 2010. Designer's Nest. [Verkkodokumentti]
<http://www.cphvision.dk/Designer%27s-nest/ABOUT.aspx> (luettu 8.11.2010.)
- Design Forum Finland 2009. Vuoden nuori muotoilija –palkinto. [Verkkodokumentti]
<http://www.designforum.fi/vuodennuorimuotoilija> (luettu 10.11.2010.)
- Ekola Antti 29.9.2010. Vaatesuunnittelijan päämaja on autotallissa. Seinäjoen sanomat. [Verkkodokumentti, pdf] <http://www.seinajoensanomat.fi/Uutiset/Kaikki-uutiset/Vaatesuunnittelijan-paamaja-on-autotallissa> (luettu 24.10.2010.)
- Finlex 2010a. Tekijänoikeuslaki. [Verkkodokumentti]
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1961/19610404> (luettu 28.12.2010.)
- Finlex 2010b. Valtiovarainministeriön asetus vuoden 2010 taidekilpailupalkintojen verovapaudesta. [Verkkodokumentti]
<http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2009/20091368> (luettu 28.12.2010.)
- Forma Publishing Group Oy 2010. Ilmoitushinnat- ja koot, Trendi -lehti. [Verkkodokumentti] <http://www.forma.fi/direct.aspx?area=page&prm1=120> (luettu 28.12.2010.)
- FTAPE 2010. Hyerés Festival 2010. <http://www.ftape.com/media/?p=8766> (luettu 20.12.2010.)

Helsingin Messut Oy Wanha Satama 11.3.2009. Vuoden laukkusuunnittelija 2009 kilpailu. [Verkkodokumentti, pdf]
<http://www.wanhasatama.com/dman/Document.phx/Omat+kansiot/Tapahtumat/2009/KENKA+JA+LAUKKU/Kilpailukutsu?folderId=Omat%2Bkansiot%2FTapahtumat%2F2009%2FKENKA%2BJA%2BLAUKKU&cmd=download> (luettu 21.10.2010.)

Helsingin Messut Oy Wanha Satama 2009. Kenkä ja laukku 2009. [Verkkodokumentti]
<http://www.wanhasatama.com/eman/ShowFair.phx?eid=eman.kenka09b> (luettu 21.10.2010.)

Hempel Award, The 17th China International Young Fashion Designers Contest. 2009. China Fashion Association. Kiina: China Fashion Association.

Iltalehti 16.10.2009. Muodin huipulle -tuomari: Kamalia asuja. [Verkkodokumentti]
http://www.iltalehti.fi/viihde/2009101610436647_vi.shtml (luettu 1.11.2010.)

International Fur Trade Federation 2009. Remix 2010. [Verkkodokumentti]
<http://www.iftf.com/#/remix/> (luettu 8.11.2010.)

International Talent Support 2010. [Verkkodokumentti]
<http://www.itsweb.org/jsp/en/index/index.jsp> (luettu 1.11.2010.)

JFW in Tokyo 2010. New Designer Fashion Grand Prix. [Verkkodokumentti]
<http://www.fashion-gp.com/uk/index.html> (luettu 8.11.2010.)

Karjunen, Antti 15.10.2010. Tiedote, Suomen Messut Osuuskunta: Kultainen vaatepuu 2010 Mika Piiraiselle. Kauppalehti. [Verkkodokumentti]
<http://www.kauppalehti.fi/5/i/yritykset/lehdisto/stt-info/tiedote.jsp?selected=kaikki&oid=20101001/12871372340890> (luettu 10.11.2010.)

Katsomo. 2009. MTV3. Hippi, Markus 1.10.2009. Muodin huipulle-potkua nuorille suunnittelijoille. <http://www.mtv3nettiv.fi/?progId=22116> (katsottu 1.11.2010.)

Kiiski, Petra 1.10.2009. Jaakko Selinin pahin suunnittelumoka. The Voice. [Verkkodokumentti]
http://www.voice.fi/index.php?mw=Jaakko%20Selin&option=com_sbsarticle&tmpl=blog&cid=7901&cat=26 (luettu 21.12.2010.)

Lahden ammattikorkeakoulu, Muotoilu- ja taideinstituutti 2010. Opinto-opas 2010-2011. [Verkkodokumentti, pdf]
http://www.lamk.fi/material/ops1011_mi_muva.pdf (luettu 13.12.2010.)

Lehtinen, Heini 2010. Portfolio: Laitinen. We Are Helsinki -blogi. [Verkkodokumentti]
<http://www.wearehelsinki.fi/fi/portfolio-laitinen/> (luettu 20.12.2010.)

- Lindström Group 2007. Lindström Award 2008 käynnistyy. [Verkkodokumentti]
<http://www.lindstrom.fi/Page/ba6eaec6-da13-4a58-b2fd-6778aed540df.aspx?groupId=ef5ec26a-0328-4770-8850-3ad46551895e&announcementId=1ce3e7f3-7ba5-4122-8804-a0196709ba23&refererUrl=%2Fviestinta%2Ftiedotteet%2F> (luettu 23.10.2010.)
- Lindström Group 2010a. Lindström Award, taustatietoa. [Verkkodokumentti, pdf]
<http://www.lindstrom.fi/File/40c18aaf-83ca-41af-865a-e9d9f2702cf7/Press%20Kit%20finnish.pdf> (luettu 23.10.2010.)
- Lindström Group 2010b. Lindström lyhyesti. [Verkkodokumentti]
<http://www.lindstrom.fi/fi-FI/yritys/> (luettu 23.10.2010.)
- London College of Fashion 2010. Fashioning the Future Winners Honoured at City Hall. [Verkkodokumentti, pdf]
<http://www.londonsdc.org/documents/press/Fashioning%20the%20Future%20Press%20release.pdf> (luettu 8.11.2010.)
- Mäntynen, Laura 21.5.2008. Poronahalla vuoden kenkäsuunnittelijaksi. Helsingin sanomat. [Verkkodokumentti]
<http://www.hs.fi/kulttuuri/artikkeli/Poronahalla+vuoden+kenk%C3%A4suunnittelijaksi/1135236533040> (luettu 20.10.2010.)
- Metropolia ammattikorkeakoulu 2010. Opinto-opas. [Verkkodokumentti] <http://opinto-opas-ops.metropolia.fi/index.php?ctyyppi=1&c=880&clang=fi&dis=688> (luettu 13.12.2010.)
- Mittelmoda the Fashion Award 2010. [Verkkodokumentti]
<http://www.mittelmoda.com/home.asp> (luettu 1.11.2010.)
- MTV3 2009a. He ovat muodin huipulle -ohjelman suunnittelijat! [Verkkodokumentti]
http://www.mtv3.fi/ohjelmat/rekry.shtml/muodin_huipulle?819158 (luettu 1.11.2010.)
- MTV3 2009b. Muodin huipulle 2009. [Verkkodokumentti]
<http://www.mtv3.fi/muodinhuipulle/> (luettu 21.12.2010.)
- Mondelin Oy 2009-2010. Tervetuloa FIC09 -kilpailuun! [Verkkodokumentti]
<http://www.mondelin.fi/home> (luettu 9.11.2010.)
- Nousiainen, Harri 12.3.2010. Julkku, julkis ja julkisuuden henkilö. YLE Kainuu. [Verkkodokumentti]
http://yle.fi/alueet/kainuu/2010/03/julkku_julkis_ja_julkisuuden_henkilo_1520921.html (luettu 13.12.2010.)

- Opetushallitus 2010. Ammattikorkeakoulut. [Verkkodokumentti]
<http://www.opintoluotsi.fi/fi-fi/oppilaitokset/ammattikorkeakoulut/> (luettu 16.1.2010.)
- Otava Media, Ellit 23.11.2009. NRJ Fashion & Design Awards -kilpailujen voittajat valittiin kaapelitehtaalla. [Verkkodokumentti] <http://plaza.fi/ellit/muoti-ja-kauneus/muoti/nrj-fashion-design-awards-kilpailujen-voittajat-valittiin-helsingin-kaapelitehtaalla> (luettu 19.10.2010.)
- RadioMedia 2.11.2007. NRJ Fashion Awards -kilpailun taso oli korkea. [Verkkodokumentti]
http://www.radiomedia.fi/ajankohtaista/tiedotteet/2007/fi_FI/nrj_fashion_awards/_print/ (luettu 20.10.2010.)
- Radio NRJ Finland 2010. NRJ Fashion Awards 2010. [Verkkodokumentti]
<http://customers.panic.fi/nrj/2010/www/fashion-awards/etusivu/> (luettu 20.10.2010.)
- Radio NRJ Finland 2008. NRJ Fashion awards 2008. [Verkkodokumentti]
<http://www.nrj.fi/fashionawards2008> (luettu 19.10.2010.)
- Radio NRJ Finland 2009. NRJ Fashion Awards 2009. [Verkkodokumentti]
<http://www.facebook.com/event.php?eid=176732872812&index=1> (luettu 20.10.2010.)
- SBS Broadcasting Network Limited 2010a. The K.E.N.K.Ä. 2012. [Verkkodokumentti]
http://www.voice.fi/index.php?option=com_sbscompetition&tmpl=competition&cid=359 (luettu 28.12.2010.)
- SBS Broadcasting Network Limited 2010b. The K.E.N.K.Ä. 2012 -kilpailun ohjeet ja säännöt. [Verkkodokumentti] <http://www.voice.fi/kenka/voice.php?area=saannot> (luettu 28.12.2010.)
- Seppälä 2008. Lehdistötiedote, S-Style -vaatesuunnittelukilpailu. [Verkkodokumentti]
http://www.s-style.fi/S-STYLE_lehdistotiedote.pdf (luettu 24.10.2010.)
- STT 5.3.2008. Uusi kilpailu etsii vuoden 2008 kenkäsuunnittelijaa. Etelä-Suomen Sanomat. [Verkkodokumentti] <http://www.ess.fi/?article=186614> (luettu 20.10.2010.)
- Studentum 2010. Yliopistot ja korkeakoulut. [Verkkodokumentti]
http://www.studentum.fi/FI/Koulutus/Yliopistot_ja_korkeakoulut_e.html (luettu 16.1.2010.)

Suomen Messut 2010a. Oletko sinä Vuoden Nuori Suunnittelija 2010. [Verkkodokumentti, pdf]

http://web.finnexpo.fi/Sites1/Muoti/Kavijat/LayoutImages/Vuoden%20Nuori%20Suunnittlija%2010%20_juliste.pdf (luettu 19.10.2010.)

Suomen Messut 2010b. Kultainen Vaatepuu 2010. [Verkkodokumentti]

<http://web.finnexpo.fi/Sites1/Muoti/Kavijat/kvp/Sivut/default.aspx> (luettu 13.12.2010.)

Suomen Messut 29.9.2010. Vuoden Nuori Suunnittelija 2010. [Verkkodokumentti]

<http://web.finnexpo.fi/Sites1/Muoti/Sivut/News.aspx?url=/UutisetTiedotteet/vns2010.aspx> (luettu 19.10.2010.)

Suomen Messut 4.11.2009. Anne Törnroos on Vuoden Nuori Suunnittelija 2009. STT. [Verkkodokumentti]

<http://www.sttinfo.fi/pressrelease/detail.do?pressId=27415&type=thisweek&searchKey=e854a072-c920-11de-a596-e5b1a16fec0c&languageId=all&pageIndex=1> (luettu 19.10.2010.)

Tampereen yliopisto 2008. Julkkis, nuorison uusi toiveammatti? [Verkkodokumentti]

<http://www.uta.fi/ajankohtaista/yliopistouutiset/1108/1311b.html> (luettu 13.12.2010.)

Teollisuustaiteen Liitto Ornamo ry 2010. Tila-Muotoilu-Taide. [Verkkodokumentti]

<http://www.ornamo.fi/> (luettu 28.12.2010.)

Trades blog 2010. "Hempel Award" the 18th China International Young Fashion Designers Contest Works [Verkkodokumentti]

<http://www.trades-blog.com/post/172> (luettu 1.11.2010.)

Triumph International 2010a. Triumph Inspiration Award. [Verkkodokumentti]

<http://www.triumph.com/tia/en/10387.html?pro=fi&loc=fi&dest=fi/fi> (luettu 9.1.2010.)

Triumph International 2010b. Welcome to the TIA. [Verkkodokumentti]

<http://www.triumph.com/tia/en/10364.html?pro=fi&loc=fi&dest=fi/fi> (luettu 9.1.2010.)

Triumph International 2010c. Welcome to the TIA. [Verkkodokumentti]

<http://www.triumph.com/tia/en/10388.html?pro=fi&loc=fi&dest=fi/fi> (luettu 31.1.2011.)

Turkiskaupan Liitto ry 2009. Kilpailukutsu. [Verkkodokumentti, pdf]

<http://74.54.140.114/~turkispa/images/stories/kilpailukutsu09.pdf> (luettu 24.10.2010.)

Turkiskaupan Liitto ry 2010a. Yrittäjä, liity jäseneksi – Tule osaksi yhteistä voimaamme! [Verkkodokumentti] http://www.furfinland.fi/fi/files/resourcesmodule/@random443ca35b8bdb4/1193032025_Jasenhankintaesite_07.pdf (luettu 24.10.2010.)

Turkiskaupan Liitto ry 2010b. [Verkkodokumentti] <http://www.furfinland.fi/fi/index.php?section=48> (luettu 24.10.2010.)

Turkiskaupan Liitto ry 2010c. Sinustako Suomen edustaja kansainväliseen loppukilpailuun? [Verkkodokumentti] <http://www.remixthecompetition.com/> (luettu 24.10.2010.)

Turkistieto 2010. Oletko sinä Suomen seuraava edusta REMIX -kilpailussa? [Verkkodokumentti] <http://www.turkistieto.fi/etusivu/2/oletko-sina-suomen-seuraava-edustaja-remix-kilpailussa> (luettu 24.10.2010.)

Turun Sanomat 23.1.2010. Opiskelupaikkoja voi pian olla enemmän kuin hakijoita. Verkkolehden 17. vuosikerta. [Verkkodokumentti] <http://www.ts.fi/online/kotimaa/189820.html> (luettu 23.1.2010.)

Vancouver Fashion Week 2010. Contest. [Verkkodokumentti] <http://www.vanfashionweek.com/contest/index.html> (luettu 8.11.2010.)

Verohallinto 2011b. Henkilöasiakkaan vero-opas 2011, palkat ja luontoisedut. [Verkkodokumentti] <http://portal.vero.fi/public/default.aspx?nodeid=8344&culture=fi-FI&contentlan=1> (luettu 31.1.2011.)

Verohallinto 2011b. Henkilöasiakkaan vero-opas 2011, apurahat. [Verkkodokumentti] <http://portal.vero.fi/public/default.aspx?nodeid=8348&culture=fi-FI&contentlan=1> (luettu 31.1.2011.)

Wikipedia 2010. Lindström (yritys). [Verkkodokumentti] http://fi.wikipedia.org/wiki/Lindstr%C3%B6m_%28yritys%29#Lindstr.C3.B6m_Award_-_vaatesuunnittelukilpailu (luettu 23.10.2010.)

Kilpailujen voittajat

Tässä liitteessä on listattu kotimaisten vaatesuunnittelukilpailujen voittajat sekä joitakin suomalaisia suunnittelijoita, jotka ovat menestyneet kansainvälisissä kilpailuissa.

Vuoden Nuori Suunnittelija 1995–2010

- Vuoden 2010 Nuori Suunnittelija: Yonna Moriya
Lahden Ammattikorkeakoulu, Muotoilu- ja taideinstituutti, muotoilun koulutus-ohjelma, muoti- ja vaatesuunnittelu.
- Vuoden 2009 Nuori Suunnittelija: Anne Törnroos
Taideteollinen Korkeakoulu, vaatesuunnittelu ja pukutaide
- Vuoden 2008 Nuori Suunnittelija: Emmakaisa Soisalo
Taideteollinen Korkeakoulu, vaatesuunnittelu ja pukutaide
- Vuoden 2007 Nuori Suunnittelija: Saara Lepokorpi
Taideteollinen Korkeakoulu, vaatesuunnittelu ja pukutaide
- Vuoden 2006 Nuori Suunnittelija: Nina Jatuli
Taideteollinen Korkeakoulu, vaatesuunnittelu ja pukutaide
- Vuoden 2005 Nuori Suunnittelija: Jarno Viitala
Taideteollinen Korkeakoulu, vaatesuunnittelu ja pukutaide
- Vuoden 2004 Nuori Suunnittelija: Heidi Wikar
Taideteollinen Korkeakoulu, vaatesuunnittelu ja pukutaide
- Vuoden 2003 Nuori Suunnittelija: Minttu Wikberg
Taideteollinen Korkeakoulu, vaatesuunnittelu ja pukutaide
- Vuoden 2002 Nuori Suunnittelija: Naoto Niidome
Taideteollinen Korkeakoulu, vaatesuunnittelu ja pukutaide
- Vuoden 2001 Nuori Suunnittelija: Anna Hämäläinen
Lahden ammattikorkeakoulu Muotoiluinstituutti, muoti- ja vaatesuunnittelun osasto
- Vuoden 2000 Nuori Suunnittelija: Riitta Kokkonen
Taideteollinen Korkeakoulu, muoti- ja tekstiilitaiteen osasto

- Vuoden 1999 Nuori Suunnittelija: Sarianna Malmi
Lahden ammattikorkeakoulu Muotoiluinstituutti, muoti- ja vaate-suunnittelun osasto
- Vuoden 1998 Nuori Suunnittelija: Sonja Tarvainen
Kuopion käsi- ja taideteollinen akatemia
- Vuoden 1997 Nuori Suunnittelija: Kiiki Järnström
Kuopion käsi- ja taideteollinen akatemia
- Vuoden 1996 Nuori Suunnittelija: Marjo Hartikainen
Taideteollinen Korkeakoulu, tekstiilitaiteen ja vaate-suunnittelun osasto
- Vuoden 1995 Nuori Suunnittelija: Eva Rahikainen
Taideteollinen Korkeakoulu, tekstiilitaiteen ja vaate-suunnittelun osasto

NRJ Fashion Awards 2004-2010

- 2010: Anna Marchal, Aalto Yliopisto, vaate-suunnittelu ja pukutaide (entinen Taideteollinen Korkeakoulu)
- 2009: Heidi Urpalainen ja Anne-Mari Kokkonen, Metropolia Ammattikorkeakoulu, Vaate-suunnittelu
- 2008: Lamin Marong, Hämeen Ammattikorkeakoulu/Wetterhoff, Vaate-suunnittelu
- 2007: Saara Lepokorpi, Taideteollinen Korkeakoulu, vaate-suunnittelu ja pukutaide
- 2006: Riina Hirvonen, Taideteollinen Korkeakoulu, vaate-suunnittelu ja pukutaide
- 2005: Miia Halmesmaa ja Anu Halmesmaa, Turun Taideakatemia, vaate-suunnittelu sekä kuvataide

Vuoden laukku-/kenkäsuunnittelija 2008-2010

- 2009: Vaatesuunnittelija Martina Löfberg ja teollinen muotoilija Niklas Löfberg
- 2008: Kenkäsuunnittelija Terhi Pölkki

Lindström Award 2002-2010

- 2010: Kati Joki, Lahden Muotoiluinstituutti, case KONE Corporation
- 2008: Taideteollisen korkeakoulun joukkue, case Toyota Auto Finland
- 2006: Taideteollisen korkeakoulun joukkue, case Sodexho Oy
- 2004: Taideteollisen korkeakoulun joukkue, case Ahlstrom Oyj
- 2002: Taideteollisen korkeakoulun "Roadrunner"-joukkue, case Kelpo Kuljetus Oy

S-Style 2004-2010

- 2010: Ei tiedossa
- 2009: Ei tiedossa
- 2008: Tuomaristo valinta: Vilma Pellinen, yleisön valinta: Anna Marchal, Taide-teollinen Korkeakoulu, vaatetus suunnittelu ja pukutaide
- 2007: Ei tiedossa
- 2006: Tuomaristo valinta: Elisa Drossos, yleisön valinta: Kirsi Kuiri
- 2005: Emmakaisa Soisalo ja Aleksi Perälä
- 2004: Veera Lassila

Suomen Muodin Huipulle 2009

- 2009: Katri Niskanen, valmistunut: Lahden Ammattikorkeakoulu, Muotoilu- ja taideinstituutti, muotoilun koulutusohjelma, muoti- ja vaatetus suunnittelu.

Turkiskaupan Liitto ry:n nuorten suunnittelijoiden REMIX –kilpailu 2004-2010

- 2010: Anna-Mari Leppisaari, Taideteollinen Korkeakoulu, vaatetus suunnittelu ja pukutaide
- 2009: Siidaa Aberra, Taideteollinen Korkeakoulu, vaatetus suunnittelu ja pukutaide
- 2008: Anton Hinkonen, Taideteollinen Korkeakoulu, vaatetus suunnittelu ja pukutaide

- 2007, Jaettu ykkössija: Svetlana Jagovitina, Keski Pohjanmaan Ammattikorkeakoulu, Pietarsaaren yksikkö/Turkisan toimipiste sekä Anton Hinkonen, Taideteollinen Korkeakoulu, vaatetussuunnittelu ja pukutaide
- 2006: Katharina Thurn, Taideteollinen Korkeakoulu, vaatetussuunnittelu ja pukutaide
- 2005: Kalle Riihivainio, Taideteollinen Korkeakoulu, vaatetussuunnittelu ja pukutaide
- 2004: Linda Sipilä, Seinäjoen Ammattikorkeakoulu, Jurvan Muotoilun yksikkö

The Designers Nest

Suomalaiset voittajat tai kunniaininnan saaneet:

- 2010, syksy: Satu Maaranen, Taideteollinen Korkeakoulu, vaatetussuunnittelu ja pukutaide
- 2009, syksy: Elina Määttä, Taideteollinen Korkeakoulu, vaatetussuunnittelu ja pukutaide
- 2009, kevät: Sofia Järnefelt, Taideteollinen Korkeakoulu, vaatetussuunnittelu ja pukutaide
- 2009, kevät, kunniaininta Anne Törnroos, Taideteollinen Korkeakoulu, vaatetussuunnittelu ja pukutaide
- 2008, syksy: Joonas Saari, Taideteollinen Korkeakoulu, vaatetussuunnittelu ja pukutaide
- 2007: Kunniaininta Kalle Riihivainio, Taideteollinen Korkeakoulu, vaatetussuunnittelu ja pukutaide
- 2006, Syksy: Riina Hirvonen, Taideteollinen Korkeakoulu, vaatetussuunnittelu ja pukutaide
- 2006: Kunniaininta Nora Sederlöf, Taideteollinen Korkeakoulu, vaatetussuunnittelu ja pukutaide

Triumph Inspiration Award

Finaaliin päässeet suomalaiset opiskelijat:

- 2010: Liisa Nieminen, Taideteollinen Korkeakoulu, vaate- ja pukutaide

Kultainen Vaatepuu –tunnustuspalkinnon saaneet:

- 2010 Mika Piirainen
- 2009 Tiia Vanhatapio
- 2008 Joutsen Finland Oy
- 2007 Turo Red Label –mallisto
- 2006 Marja Kurki Oy
- 2005 Voglia Oy
- 2004 Nanso Oy
- 2003 Anne Linnonmaa Oy
- 2002 Andia Oy/Tarja Rantanen
- 2001 Rukka-tiimi/L-Fashion Group Oy
- 2000 Oy Turo Tailor Ab
- 1999 Ritva Falla
- 1998 Ril's –suunnitteluryhmä/L-Fashion Group Oy
- 1997 tuotejohtaja Juha Arhi/Oy Oratop Ab
- 1996 Master Coat
- 1995 Ludan Preston-mallisto

Kyselylomakkeen saateteksti

Hei,

Olen neljännen vuoden vaatetussuunnittelun opiskelija Metropolia Ammattikorkeakoulusta. Kirjoitan opinnäytetyötä, jonka aiheena on vaatetussuunnittelukilpailut ja niiden vaikutus suunnittelijoiden urakehitykseen. Olen tehnyt siihen liittyen kyselyn, johon toivon teidän vastaustanne.

Kyselyyn vastaamisestanne olisi erittäin suuri apu työni valmistumisen kannalta. Tutkimuksestani on hyötyä vaatetusalan koulutuksen kehittämisessä sekä sitä kautta nuorten suunnittelijoiden urakehitykselle. Kyselyyn voi vastata myös anonymisti.

Jos teillä on kyselyyn liittyen kysymyksiä, saatte minuun yhteyttä parhaiten sähköpostitse. Kyselyyn pääsette alla olevan linkin kautta. Kiitos oikein paljon.

<https://elomake.metropolia.fi/lomakkeet/3051/lomake.html>

Ystävällisin terveisin

Niko Sandbacka

Vaatetussuunnittelun opiskelija

Metropolia Ammattikorkeakoulu

niko.sandbacka@metropolia.fi

puh. 040-0523808

Hempel Award –kilpailun tiedotuslomake

Hempel Award the 19th China International Young Fashion Designers Contest

Sponsor: China Fashion Association Hempel (International) Group

● **Theme of the Contest:**

Infiltration

Infiltration, everywhere in the society, between the culture, during use of industrial material, and even for the relationship and motion of the people, maybe create the unexpected things for us, and what kind of infiltration is in your eyes?

● **Requirements**

- a) The design should illustrate the contestants' creative fashion series with the contest theme (3-4 outfits);
- b) Design must be based on the contestants' own design concept and inspiration without publication;
- c) Clear representation of current trend and cultural characteristics;
- d) Distinctive style, well presented, clothing and accessories in good order.

● **Represent Form**

- a) **Design Drawings:** color effect drawing (27cm*40cm) with attachment of theme, structural drawings, design inspiration and sample fabrics (5cm*5cm);
- b) **Clothing and Fashion:** clothes of selected design drawings in preliminary evaluation, clothes selected in recharge.

● **Qualifications**

Candidates must be at or under 35 years of age (i.e. be born on or after January 1, 1975), regardless of nationality and geographic location.

● **Awards** (all the prize is before tax)

One **Gold Award** with cash prize of CNY 20,000 with return air ticket to and from Beijing and free sightseeing tour for one week;

Two **Silver Awards** with cash prize of CNY 15,000 with return air ticket to and from Beijing and free sightseeing tour for one week;

Two **Bronze Awards** with cash prize of CNY 10,000;

Several **Participating Country Awards** with cash prize of CNY 3,000;

Several **Excellence Awards** with cash prize of CNY 1,000;

Best Illustration, Best Fabrics Re-make Award and Best Technique Workmanship Award each with cash prize of CNY 1,000.

China Fashion Association will issue the above awards.

● **Contest Evaluation**

Jury Team: The jury will comprise of international well-known scholars, designers and fashion critics;

Preliminary Evaluation: based on design drawing submitted and shortlisted candidates will be informed in written form in late of December 2010;

Recharge: Candidates come to Hempel International Group, Hangzhou for the recharge with real outfits in the middle of March, 2011;

Final and Award: Candidates should bring their clothes of selected design drawings in preliminary evaluation and clothes selected in recharge to Beijing for final competition held in March 2011;

● Schedule

Day	Phase	Events	Venue
1st	Repechage	Registration	Shanghai / Hangzhou
2nd		City Tour	Hangzhou
3rd-4th		Clothing Preparation	
5th		Evaluation	
6th	Final	Transfer from Hangzhou-Beijing, Fitting	Beijing
7th		Rehearsal	
8th		Show and Awarding	
9th		City Tour	
10th	/	Departure	/

● Notes

- Design drawings are required, and one candidate for one collection;
- Design drawings should be submitted before the deadline of **December 10, 2010** (as indicated by postmark). Whether the drawings are in the shortlist or not by the preliminary evaluation, they will not be returned;
- Personal particulars of the candidate such as nationality, name, sex, age and detail contact address (with postal code, fax no., tel. no. and email) must be **clearly** stated at the back of fashion drawing;
- Shortlisted candidates will be responsible for their own traveling cost to Hangzhou/Shanghai and from Beijing. The organizing committee will afford traveling cost from Hangzhou to Beijing and accommodation for the shortlist candidates in China;
- The organizers have right to use the submitted drawings from promotion purposes in the future.

● Contact Information

Address: Hempel Award Contest Organizing Committee,
3F, A Building. D-PARK, No.2 Jiuxianqiao Road, Beijing, 100015---100,
China

Contact: Ms. Zhang Luyin /Ms. Zhu Shaofang

Telephone: +86 10 84562288—305/326 Fax: +86 10 84572699

Email:

hempelaward@126.com

Hempel Award –kilpailun osallistumiskaavake vuodelta 2009



地址: 北京酒仙桥路2号北京时尚设计广场A场三层
 ADD: 3F, A Building, D. PARK, No. 2 Jiuxianqiao
 Road, 100015—100, China
 电话/TEL: 86 10 84562288—326 / 323
 传真/FAX: 86 10 84572699
 邮编/P.C: 100015-100

The 17th *Hempel Award* China International Young Fashion Designers Contest

Admission Notice

December 16, 2008

Congratulations! Your excellent art works has made you pass the first round of the evaluation and you are selected through comparison to enter the final and then awarding ceremony, which will be held in Beijing during China Fashion Week in the late of March, 2009. Please make the best use of your time to materialize your design and take the real collection to Beijing for the final.

1 Participation Details of the *Hempel Award* Contest

I . The Regulations of the Entry

1. Contestants should be or under the age of 35;
2. The collection should be created by your original and unique inspiration without imitation. The infringing of Intellectual Property Right is prohibited.
3. The Organizing Committee will keep the Gold, Silver and Bronze Award collection perpetually;
4. Contestants pay for the traffic fare by themselves and the Organizing Committee will supply free accommodation for the contestants for four days in Beijing;
5. The Organizer or Sponsor have right to use the winners' works in the publicity through mass media such as newspaper, television, advertisement, exhibition and fashion show without any notice or payment to the contestants.
6. Please send this acknowledgment together with your electronic personal photo with 300 resolution to our E-mail: hempelaward@126.com before **Jan. 10, 2009**; otherwise, you will be regarded as abandoning your rights.

II. Requirement for the Entry

1. Contestants should finish the work individually;
2. The works should be guaranteed the quality, zipper, fastener and accessories;
3. Collections should be made in conformity with the fixed measurements mentioned in Appendix 1
and Collections should be marked in accordance with the requirement of Appendix 2.
4. Contestants are expected to have their own background music (about 3 minutes)
5. The music CD with MP3 format should be handed over, and collections and accessories should be packed in boxes or bags together with detailed description and should be brought to the Organizing Committee when you come to Beijing for the contest.

III. Contact Details:

1. **Person to Contact:** Ms. Zhu Shaofang & Ms. Zhang Luyin

Address:

Organizing Committee of the Hempel Award Contest,

China Fashion Association

3F, A Building, D ·PARK, No. 2 Jiuxianqiao Road, 100015--100, China.

Tel: 86 10 84562288--326/323

Fax: 86 10 84572699

E-mail: hempelaward@126.com

2. **Finals Venue: Beijing Hotel** (to be pending)

Address: No. 33, East Chang'an Avenue

3. **Accommodation Hotel:**

(to be pending)

IV. Schedule for the Contest:

Detailed schedule will be informed in the late of February.

V. Schedule for the Golden Award and Sliver Award Contestants

After the contest, the organizing committee will supply sightseeing in China for one week.

Organizing Committee of the Hempel Award Contest,

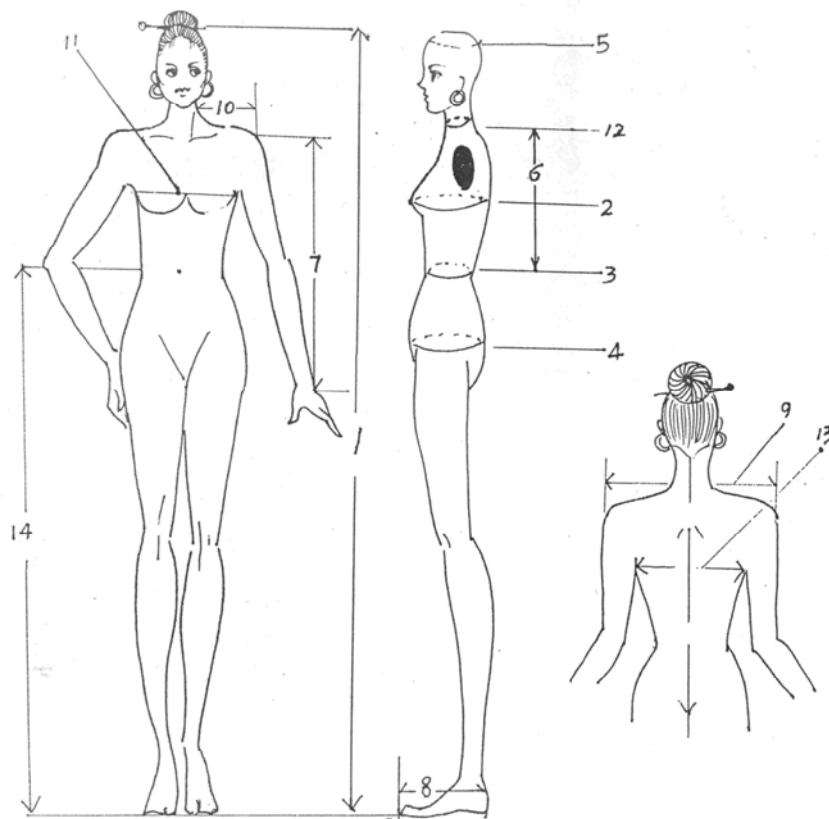
China Fashion Association

December 16, 2008

Appendix 1

Making Works According to the following numbers (Net, For Reference Only)

Measurements for women		Measurements for men	



Appendix 2

The 17th Hempel Award International Young Fashion Designers Contest

Requirements for Numbering

All pieces of clothing in the collection entered should be properly marked with sequential numbers. Each number shall be written on a piece of adhesive cloth attached to either the neckline or the back of waist of corresponding collection.

The method is exemplified as follows:

Take a four-outfit collection. If each outfit consists of 3 pieces, number them as follows:

1---1	1---2	1---3
2---1	2---2	2---3
3---1	3---2	3---3
4---1	4---2	4---3

(The sequential number of the outfit is followed by those of the pieces in it.)

Meanwhile please fill out the following form and hand it over together with your collections:

(The detailed list of participating collection)

Name of Contestant:

Music:

Total Suits:

Detailed description of each suit (including collections and accessories):

First:

Second:

Third:

Fourth:

Five:

Thank you very much for your assistance.

**Contestant's Acknowledgment to
The 17th Hempel Award China International Young
Fashion Designers Contest**

Surname		Date of Birth		Photo(37x27mm) Sign name on reverse side of photo
Given Name		Sex		
Nationality		Language		
Passport Number		Profession		
Fax No.		Tel No.		
E-mail		Cell phone		
Name and address of school/company				Postcode
Correspondence Address				Postcode
Total number of suits in your collection	Women's suits: _____, Men's suits: _____			
Theme				
Inspiration of the works.	(within 50—80 words, including origin of inspiration, technics and the use of materials)			
Resume & Experience				
<p>I declare that I am informed of all the information concerning the Hempel Award Contest and I agree to abide by all the regulations and policies known or to be known.</p> <p>Full Name (in block letter):</p> <p>Contestant's signature:</p> <p>Date:</p>				

Note:

Please send this acknowledgment together with your electronic personal photo with 300 resolution to our E-mail: hempelaward@126.com before **Jan. 10, 2009**; otherwise, you will be regarded as abandoning your rights.

Ms. Zhu Shaofang & Ms. Zhang Luyin

Address:

Organizing Committee of the Hempel Award Contest, China Fashion Association
3F, A Building, D ·PARK, No. 2 Jiuxianqiao Road, 100015--100, China.

Tel: 86 10 84562288--326/323 Fax: 86 10 84572699

E-mail: hempelaward@126.com

E-kyselylomake suunnittelijoille**Kysymykset kilpailuista suunnittelijoille**

Nimesi

Haluatko, että vastauksesi käsitellään anonymisti?

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei

Kuinka monta vuotta olet toiminut ammatissa?

- ☐ 1-2
- ☐ 3-5
- ☐ 6-10
- ☐ Yli 10
- ☐ Opiskelija

Kuinka kauan viime kilpailukokemuksestasi on aikaa?

- ☐ Alle vuosi
- ☐ 1-2 vuotta
- ☐ 3-5 vuotta
- ☐ Yli 5 vuotta

Kuinka moneen kilpailuun olet osallistunut?

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5 tai enemmän

Mihin kilpailuihin olet osallistunut?

Miten sait yleisemmin tietää kilpailuista?

- ☐ Opettajalta
- ☐ Ystävältä
- ☐ Koulutoverilta
- ☐ Mediasta
- ☐ Koulun ilmoitustaululta
- ☐ Muusta, mistä?

Jos vastasit edelliseen kysymykseen muusta, mistä? Voisitko tarkentaa vastausta

Miten rahoitit malliston tekemisen/ kilpailuun osallistumisen?

- ☐ Itse
- ☐ Koulu
- ☐ Ulkopuolinen rahoittaja
- ☐ Yritys
- ☐ Muu

Jos vastasit edelliseen kysymykseen muusta, mistä? Voisitko tarkentaa vastausta

Kiinnitä otsikkorivi	En laisinkaan	Vähän	Paljon	Hyvin paljon	En osaa vastata
Kuinka paljon otit selvää kilpailusta ennen osallistumistasi?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuinka paljon otit selvää aiemmista voittajista ennen osallistumistasi?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koitko saavasi kilpailuista kokemusta?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miten paljon sait medianäkyvyyttä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyödynsitkö medianäkyvyyttä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuinka paljon sait tukea koulusta?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Onko kilpailuun osallistuminen hyödyttänyt uraasi?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kuinka paljon malliston kokoaminen on maksanut sinulle keskimäärin? —

- ☐ alle 100 euroa
- ☐ 200-500 euroa
- ☐ 500-1000 euroa
- ☐ 1000-2000 euroa
- ☐ Yli 2000 euroa

Kuinka paljon malliston kokoaminen vie aikaa, keskimäärin? (1 työviikko= 40 tuntia) —

- ☐ Alle 40 tuntia
- ☐ 40-80 tuntia
- ☐ 80-160 tuntia
- ☐ 160-320 tuntia
- ☐ yli 320 tuntia

Millä tavoin olet hyötynyt kilpailuista? —

- ☐ Uusia työtarjouksia
- ☐ Mielenkiintoisia projekteja
- ☐ Medianäkyvyys lisääntynyt
- ☐ Rahallista hyötyä
- ☐ Lisännyt motivaatiota

Mitkä ovat tärkeimmät motiivisi kilpailuihin osallistumiseen? (valitse 3 tärkeintä) —

- ☐ Palkinnot
- ☐ Koulun toive
- ☐ Malliston esittely
- ☐ Medianäkyvyys
- ☐ Julkisuus
- ☐ Uusien kontaktien saaminen
- ☐ Ystävien toive
- ☐ Portfoliomateriaalin hankkiminen
- ☐ Uusia työtarjouksia
- ☐ Muu, mikä?

Jos vastasit edelliseen kysymykseen muu, mikä? Voisitko tarkentaa vastausta

Lisätietoja

Kiitos oikein paljon vastauksistasi

Tietojen lähetys